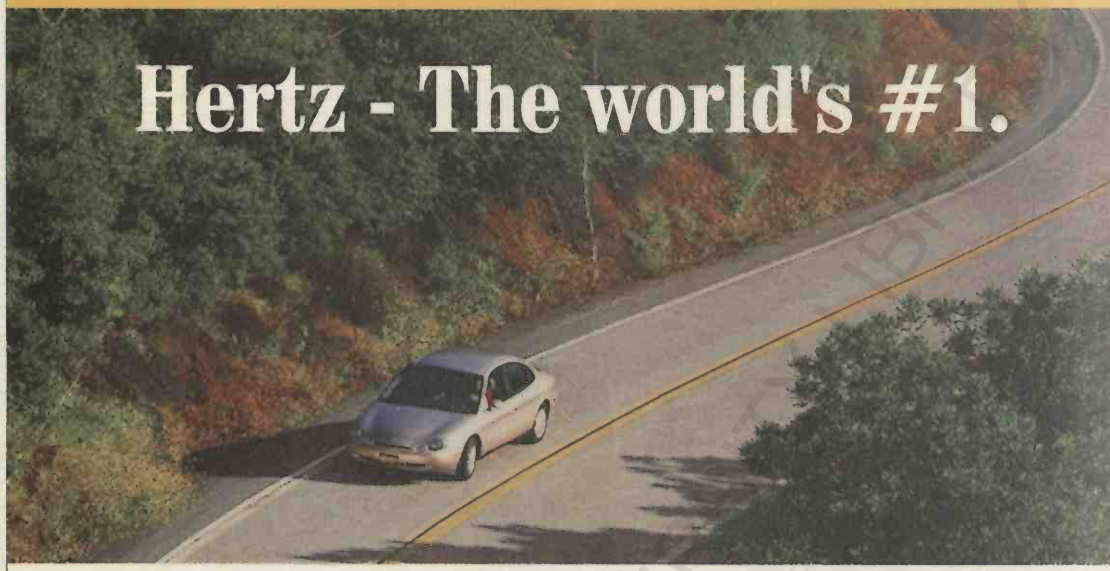
Constantin
DRAICA

Turismul internațional

Practici de elaborare și distribuție a produsului turistic

Editura ALL BECK

BCU IAȘI
UNIVERSITY LIBRARY
III 271.835



BIBL. CENTR. UNIV.
„M. EMINESCU" IAŞI
III 271.835

There must be good reasons why Hertz has been the #1 Car Rental Company in the world for 85 years. Probably the best reason is that Hertz always puts you, the customer, first. Whenever entering one of our 7000 rental locations in over 150 countries, competent people with the same courteous attitude will welcome you. Our employees will always listen to your requirements and offer you well maintained vehicles of the latest generation, featuring modern safety equipment.

We can assure you that in Romania it is no different. Here too you will be offered the highest level of customer service and efficiency and our fleet will certainly meet your expectations. You will find us in **Timisoara**, **Oradea**, **Constanta**, **Brasov** and in **Bucharest** at Otopeni Airport and in the lobby of the prestigious hotels Marriott, Hilton and Crowne Plaza.

Should you wish to book a Hertz car abroad, simply contact our Reservations Center in Bucharest. Thanks to our modern online communication system, we will be in a position to confirm your reservation within a few minutes.

Reservations Center
Phone: +40-21-222.12.56
Fax: +40-21-222.12.57

Hertz®
www.hertz.com.ro

BCU IASI/CENTRALA

Turismul internațional

Practici de elaborare și distribuție a produsului turistic

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Turismul internaţional
Practici de elaborare şi distribuţie a produsului turistic

Constantin Draica

Copyright © 2003 – **Editura ALL BECK**

Toate drepturile sunt rezervate Editurii **ALL BECK**
Nici o parte din acest volum nu poate fi copiată fără permisiunea scrisă a Editurii **ALL BECK**

Drepturile de distribuţie în străinătate aparţin în exclusivitate editurii.
Copyright © 2003 by **ALL BECK**

All rights reserved.
The distribution of this book outside Romania, without the written permission of **ALL BECK** is strictly prohibited.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale
DRAICA, CONSTANTIN
Turismul internaţional. Practici de elaborare şi distribuţie a produsului turistic / Constantin Draica - Bucureşti: Editura **ALL BECK,** 2003
168 p.; 24 cm
Bibliogr.
ISBN 973-655-267-5

338.48(100)

Editura **ALL BECK**
Bucureşti, Str. Serg. Nuţu Ion, nr. 2, sector 5
☎ (021)335.32.12, (021)410.00.70
Fax: (021)335.32.18
Departamentul distribuţie
☎ (021)335.32.39, (021)335.32.44
E-mail: comenzi@allbeck.ro

Redactor: Dana-Ioana Chiriţă

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Constantin Draica

325467

Turismul internațional

Practici de elaborare şi distribuție a produsului turistic

351508
B.C.U. IASI

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Păstrează această carte
pentru activitatea ta practică

BCU IASI/CENTRALA UNIVERSITARA

4 9 MAI 2007

Cuprins

Notă introductivă IX

1. Tour-operatorul (TO) – producătorul ofertei turistice **1**
1.1. Consideraţii generale 1
1.2. Descriere 2
1.3. Călătoria forfetară 3
1.3.1. Conţinutul călătoriei forfetare 3
1.4. Catalogul tour-operatorului 4
1.4.1. Catalogul tour-operatorului Club Mediteranée (Club Med) 5
1.4.2. Tour-operatori specializaţi 8
1.5. Perspectivele ofertei turistice internaţionale 9
2. Agenţia de turism – vânzătorul ofertei turistice **11**
2.1. Descriere 11
2.1.1. Ticketing 12
2.1.2. Agentul de vânzări 13
2.1.3. Sistemele globale de distribuţie (GDS) 13
3. Transporturile turistice **17**
3.1. Transportul auto 17
3.1.1. Autoturismele 17
3.1.1.1. Aranjamente turistice 17
3.1.1.2. Franciza rent-a-car 18
3.1.2. Autocarele 23
3.1.2.1. Transportul turistic 23
3.1.2.2. Tarifele 23
3.1.2.3. Transporturile auto regulate 24
3.2. Transportul feroviar 35
3.2.1. Facilităţi de călătorie în traficul internaţional feroviar 36
3.2.1.1. Sistemul Inter Rail (IR) 36
3.2.1.2. Sistemul Euro Domino (ED) 43
3.2.1.3. Sistemul Balkan Flexipass (BF) 47
3.2.1.4. Sistemul Rail Plus (RP) 48
3.2.2. Trenurile de mare viteză în Europa (TGV) 48
3.2.2.1. Calculul tarifelor la trenurile de mare viteză 51
3.3. Transportul naval 54
3.3.1. Croazierele 55
3.3.2. Terminologie specifică privind navele 56
3.3.2.1. Caracteristicile tehnice ale navei 56
3.3.2.2. Dotările pentru pasageri 56
3.3.3. Navlul 57

BCU LIBRARY

3.3.4. Stabilirea tarifului de vânzare 57
3.4. Transportul aerian 60
3.4.1. Cursele aeriene regulate 60
3.4.1.1. Aranjamente turistice pe cursele regulate 62
3.4.2. Cursele aeriene charter 64
3.4.3. Categorii de operare specifice transportului aerian 66
4. Servicii de cazare și masă 69
4.1. Cazarea 69
4.1.1. Franciza în industria hotelieră 70
4.1.2. Reguli instaurate în practica operațională, între hotel și agentul de turism 71
4.1.3. Cazarea în locuințe particulare 72
4.2. Masa 77
4.2.1. Piața mâncării 78
4.2.2. Franciza în sfera serviciilor de masă 79
5. Animația în turism 81
5.1. Loisir-ul 81
5.2. Animația 81
5.2.1. Vacanțele active și tematice 83
5.2.2. Tipuri de vacanțe active 83
6. Asigurarea 89
6.1. Descriere 89
6.2. Asigurarea medicală 89
6.3. Carte Verde 90
7. Etapele realizării programului turistic 93
7.1. Conceperea și asamblarea elementelor constitutive ale programului 93
7.2. Programe turistice tematice 97
7.2.1. Turismul industrial 97
7.2.2. Turismul rural 99
7.2.3. Acțiuni turistice de vânătoare și pescuit sportiv 100
7.2.4. Turismul religios 101
7.2.5. Turismul etic 102
7.2.6. Turismul social 102
7.2.7. Turismul spațial 102
7.2.8. Aranjamentele „incentive" 102
7.2.9. Turismul de eveniment 103
7.2.10. Spectacolele și manifestările sportive 103
8. Mijloace, instrumente și modalități de plată a serviciilor 111
8.1. Cash-ul (numerarul) 111
8.1.1. Moneda unică europeană – EUR 111
8.1.2. Moneda americană – USD 113
8.2. Cardurile 113
8.3. Cecurile de călătorie 115
9. Crearea imaginii în turism 117
9.1. Dialogul activ 117

9.2. Marketingul turistic interactiv 118
9.3. Instrumente pentru asigurarea informației 119
9.3.1. Oficiul de turism 119
9.4. Relația organizator – turist 124
9.4.1. Contractul dintre turist și operatorul de turism 125
9.5. Meseriile operative în turism 129
9.5.1. Ghidul de turism 129
9.5.2. Agentul de turism 130
9.5.3. Monitorul de turism (animatorul) 131
10. Statistici în turism 133
10.1. Studiu de caz: Departamentul Finistère – Franța 133
10.1.1. Metoda „Flux" 134

Terminologie specifică 139

Bibliografie 143

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Notă introductivă

Dacă în anul 1950 statisticile înregistrau circa 25 milioane de persoane care-şi petreceau vacanţele în străinătate, astăzi interesul pentru astfel de călătorii a devenit atât de mare încât s-a ajuns la cifra de 570-600 milioane de turişti.

Acest exod de persoane a determinat dezvoltarea infrastructurilor, a capacităţilor de primire precum şi a serviciilor adecvate practicării turismului, atât în ţările emitente, cât şi cele receptoare de turişti.

Dacă ne referim fie şi numai la mijloacele de transport, numărul impresionant al deplasărilor n-ar fi fost posibil fără investiţiile din acest sector, direcţionate spre modernizarea acestora, astăzi putându-se călători rapid şi comod în orice punct al globului.

Oferta de vacanţă devenind mult mai mare decât cererea, organizatorii de turism şi-au perfecţionat continuu instrumentele de stimulare a călătoriilor, pentru a fi permanent în acord cu pluralitatea de interese ale consumatorilor de servicii turistice.

Toate aceste rezultate n-ar fi fost posibile dacă, în spatele prestatorilor de servicii turistice, nu ar fi funcţionat o echipă de specialişti capabilă să satisfacă nevoile acestui personaj atât de complex care este TURISTUL.

Temele cuprinse în paginile acestei lucrări au fost întocmite cu scopul de a contribui – şi prin acest demers – la formarea specialistului în turism, începând cu asimilarea unor noţiuni şi categorii profesionale necesare în activitatea practică a lucrătorului din agenţiile tour-operatoare şi de vânzare a produsului turistic şi continuând cu tehnicile şi modalităţile de elaborare şi distribuţie a ofertei destinate publicului.

Pentru a conferi un conţinut pragmatic lucrării, au fost introduse în structura cărţii elemente tehnico-aplicative aparţinând practicii actuale a tour-operatorilor, agenţilor de turism şi prestatorilor de servicii turistice, îmbinând latura descriptivă a lucrării cu exemple practice şi studii de caz rezultate din documentarea realizată în ţară şi străinătate asupra fenomenului turistic contemporan.

Conţinutul cărţii, în ansamblul său, este realizat pe ideea tehnicilor utilizate în relaţia directă de operare dintre tour-operator (agent de turism) şi prestatorii de servicii (transport, cazare, asigurarea mesei, agrement etc.).

În elaborarea lucrării am primit un sprijin substanţial, atât în ţară, cât şi în străinătate, sub aspectul realizării unei documentări la faţa locului pe parcursul derulării programelor turistice.

Mulţumesc pentru sprijinul acordat Societăţii Naţionale de Transport Feroviar de Călători C.F.R. Călători S.A., Companiei de Transport Eurolines România, Companiei Hertz România, Companiei Orizont Turism S.A., domnului Jean-Luis Kerbull – consilier general şi primar al localităţii Lannilis – Franţa, domnului Hubert Le Cuff – preşedinte al Oficiului de Turism Lannilis – Franţa, doamnei şi domnului Abiven – proprietarii *gite*-ului turistic Moulin d'Avoin din Plouvien – Franţa.

În speranţa că am satisfăcut o parte din exigenţele celor interesaţi de acest domeniu şi cu încrederea că am realizat un instrument util atât practicienilor din turism, cât

și studenților care aspiră la o carieră în turism, le mulțumesc cititorilor mei pentru răbdarea de a poposi asupra acestor rânduri și le solicit îngăduință pentru eventualele opinii contrare pe care le-ar putea avea.

Această carte este totodată și o invitație la reflecție. Cu certitudinea că fiecare opinie primită de la cititori va conduce la completarea și perfecționarea lucrării de față, le rămân recunoscător celor care vor binevoi să-și exprime gândurile referitor la acest demers.

Constantin Draica

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Avant-propos

Si en 1950 les statistiques enregistraient approximativement 25 millions de personnes qui passaient les vacances à l'étranger, aujourd'hui l'intérêt pour ces voyages est devenu si grand qu'il a atteint le chiffre de 570-600 millions de touristes.

Cet exode de personnes a déterminé le développement des infrastructures, des capacités de reception et aussi des services, adéquats à la pratique du tourisme, aussi dans les pays émitents de touristes, que dans celles récepteurs.

Si nous avons en vue seulement les moyens de transport, la croissance de la circulation ne sera pas possible sans l'investissement dans ce secteur, dirigé vers la modernisation de celles-ci, aujourd'hui étant possible de voyager rapidement et confortablement dans n'importe quel point de la terre.

L'offre de vacances étant devenue beaucoup plus grande que la demande, les organisateurs de tourisme ont perfectionné continuellement les instruments pour la stimulation des voyages, pour être en permanent accord avec la pluralité des intérêts des consommateurs de services touristiques.

Tous ses resultats n'auraient pas été possibles si, auprès des prestateurs de services touristiques, il n'avait pas été une équipe de spécialistes capable de satisfaire les besoins de ce personnage si complexe qui est LE TOURISTE.

Les thèmes que cet ouvrage contient ont été élaborées ayant comme but de contribuer à la formation du spécialiste en tourisme, en commençant par l'assimilation de quelques notions et catégories professionelles nécessaires pour l'activité pratique de l'employé des agences tour-opérateurs et de vente du produit touristique et en continuant avec les techniques et les modalités de l'élaboration de l'offre destinée au public.

Pour conférer un contenu pragmatique à ce livre, dans sa structure ont été introduits des éléments technico-applicatifs appartenant à la pratique actuelle des tour-opérateurs, des agents de tourisme et des prestateurs de services touristiques et ayant comme but l'union entre l'aspect descriptif de l'ouvrage d'une part et les exemples pratiques et les études de cas résultés à la suite de la documentation réalisée dans notre pays et à l'étranger sur le phénomène touristique contemporain, d'autre part.

Le contenu du livre, dans l'ensemble, est realisé sur l'idée des techniques utilisées dans la relation directe entre le tour-opérateur (agent de tourisme) et les fournisseurs de services (transportateurs, établissements d'hébergement, restauration, agrément et ainsi de suite).

En élaborant cet ouvrage j'ai reçu un appui substantiel, aussi en Roumanie comme à l'étranger, pour la documentation sur place en concernant le déroulement des programmes touristiques.

Je remercie, pour le soutien accordé, à la Société Nationale de Transport Ferroviaire des Voyageurs C.F.R. Voyageurs S.A., à la Companie de Transport Eurolines România, à la Companie Hertz România, à la Companie Orizont Turism S.A., à M.

Jean-Luis Kerbull – conseiller général et maire de Lannilis (France), à M. Hubert Le Cuff – président de l'Office du Tourisme Lannilis (France), à Mme et M. Abiven – propriétaires du gîte touristique Moulin d'Avoine de Plouvien (France).

En espérant que j'ai réussi à satisfaire une partie des éxigences de ceux qui sont intéréssés de ce domaine et avec l'espoir que j'ai réalisé un instrument utile aussi pour les praticiens du tourisme que pour les étudiants aspirant à une carrière en tourisme, je remercie à mes lecteurs pour la patience de parcourir ces lignes et je leur sollicite indulgence pour les éventuels opinions contraires.

Ce livre est en même temps une invitation à la réflexion. Avec la certitude que chaque opinion reçue de la part des lecteurs conduira au complément et au perfectionnement de cet ouvrage, je serai reconnaissant à ceux qui auront l'amabilité d'exprimer leurs pensées en ce qui concerne ce livre.

Constantin Draica

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Introduction

If, in 1950, statistics registered approximately 25 millions persons who spent abroad their holidays, today their interest in this kind of travels became so significant, than it was registered a figure of 570-600 millions tourists.

This exodus abroad determined development of infrastructures, hosting capacities and affiliate services, both in outcoming and in incoming countries.

If we refer even to transportation, spectacular number of travelling would be not possible without investment in this sector, pointed to developments. Today, tourists can travel fast and comfortable in any region of our planet.

The offer for holidays became in time much larger than correspondent demand, so tourism organisers needed to win in the increasing competition for satisfying the variety of consumers' interests. Therefore, they continuously improved their instruments for travelling stimulating.

All these results would not be possible if – behind of the services providers – would not function a team of specialists, able to satisfy the requests of this complex character that THE TOURIST is.

The themes of this paper were drawn up aiming to contribute in preparing specialists, starting with notions and categories implied by daily activities and continuing with techniques for products conceiving and distributing.

For a pragmatic approach, in the structure of this paper were introduced useful practical elements taken over from actual practice of tour-operators, tourism agencies and services suppliers. This way, the reader can interweave theoretical aspects with concrete examples. It has to be mentioned that the documentation on contemporary tourism phenomenon was made both in Romania and abroad.

The content of the paper, as a whole, emphasises techniques directly used between tour-operator (tourism agent) and services providers (transport, accommodation, meal, entertainment etc.).

Within the frame of my documentation work, I received a substantial support both inside of Romania and in the foreign countries. Consequently, the tourist programmes I was involved in helped me to gather valuable information.

I am grateful for a consistent support to: National Society for Railway Passenger Transport C.F.R. Călători S.A., Eurolines Romania, Hertz Romania, Orizont Turism S.A., Mr. Jean-Luis Kerbull – general counsellor and mayor of Lannilis – France, Mr. Hubert Le Cuff – president of Tourism Office in Lannilis – France, Ms. and Mr. Abiven – the owners of Moulin d'Avoine guest house in Plouvien – France.

Trusting I conceived a useful tool for every professional in tourism, I hope I satisfied, at least partially, exigency of my readers, either they are specialists or still students.

I thank to all my readers, for the patience in thinking about my ideas and I solicit them compliance for eventual opposite opinions that they might have.

This book is also an invitation to reflection. Certainly, every opinion came from the readers will lead to this paper completion and improvement. For that, I will remain grateful to every person who will have the willingness to express his or her own thoughts regarding to this intercession.

Constantin Draica

BCU "CAROL I" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

1

Tour-operatorul (TO) – producătorul ofertei turistice

1.1. Considerații generale

Crearea ofertei turistice, respectiv întocmirea programelor destinate turiștilor, este operațiunea care necesită un studiu permanent în aria preferințelor turiștilor pentru a fi întotdeauna atractivă în conținut și, în consecință, valorificabilă.

Pentru ca oferta să fie în permanență viabilă, organizatorii de călătorii turistice concep programele și prestațiile destinate turiștilor luând în considerare atât interesele de vacanță ale turiștilor, cât și vârsta, sexul, profesia, bugetul de vacanță și o serie întreagă de alte aspecte.

Pluralitatea intereselor călătoriei determină și gama diversă de programe pe care un tour-operator sau o agenție de turism le poate prezenta spre valorificare direct turiștilor, programele fiind mereu supuse schimbării și transformării calitative.

Pentru conceperea unei oferte care să suscite interes, atenția producătorului de voiaje este direcționată spre:

- ✓ satisfacerea trebuințelor materiale și spirituale ale turiștilor;
- ✓ studierea preferințelor generale și particulare ale turiștilor;
- ✓ luarea în considerare a motivațiilor turistice;
- ✓ introducerea, în conținutul programelor, a unor elemente cu particularități distincte, în scopul individualizării acestora în raport cu sfera generală a pieței turistice;
- ✓ implicarea în realizarea programelor și a celorlalte sectoare și ramuri care concură la derularea lor (transport, cultură, sport, agricultură, industriile aferente consumului turistic etc.);
- ✓ îmbinarea mai multor elemente de activitate turistică;
- ✓ selecționarea unui personal cu aptitudini speciale în desfășurarea programelor turistice;
- ✓ realizarea și derularea programelor având permanent în vedere respectul față de consumator.

BCU LIBRARY

1.2. Descriere

Tour-operatorul (TO) este creatorul și organizatorul călătoriilor turistice forfetare, respectiv a pachetelor de servicii.

Pentru a îndeplini aceste atribuții, operatorul de turism încorporează în structura organigramei sale funcțiuni complexe, a căror interacțiune se materializează în crearea ofertei turistice destinate comercializării.

Tour-operatorul a apărut din necesitatea de a concepe produsul și a asigura distribuția, vânzarea și derularea acestuia printr-un sistem funcțional și amplu de factori implicați în acest mecanism.

În mod concret, organizatorul de turism este o întreprindere cu statut juridic și rol funcțional, atât în sfera producției, a elaborării ofertei, cât și a vânzărilor, operând și în aria primirilor, dar și în aceea a trimiterilor de turiști.

Anglia a fost prima țară în care a apărut **organizatorul de călătorii turistice** în calitate de creator al voiajelor forfetare, acesta constituindu-se, încă de la bun început, pe structura societăților de turism sau a companiilor aeriene.

În România, în anul 1955, a luat ființă Oficiul Național de Turism „Carpați", reluând după o perioadă de întrerupere atribuțiile fostului Oficiu Național de Turism – apărut inițial ca urmare a Decretului Regal din 29 februarie 1936. După reînființare, O.N.T. „Carpați" a devenit principalul tour-operator din țară, fiind conectat tour-operatorilor din toată lumea.

Piața internațională a călătoriilor este astăzi puternic controlată de câțiva tour-operatori puternici și de marile concerne turistice, care exportă o parte din producție pe piețele internaționale, dar care, la rândul lor, fac și import de produse turistice reprezentative, având, deci, un grad de concentrare foarte ridicat în sfera vânzărilor.

Marii tour-operatori dispun de multiple posibilități de realizare a programelor de călătorii, efectuând în acest scop studii asupra piețelor care le furnizează date viabile necesare conceperii produsului. Concernelor turistice li s-au adăugat, în decursul anilor, numeroși alți creatori de produse forfetare, cum ar fi transportatorii aerieni, companiile și rețelele de transport feroviar de călători, asociațiile profesionale sau de altă natură, organizațiile de tineret și sindicale, enumerarea acestora putând continua.

Mai reținem aspectul că tour-operatorul este un adevărat centru al călătoriilor, care pune la dispoziția vânzătorilor (agenți, sub-agenți, detailiști etc.) pachete de servicii (*package tour*-uri) formate dintr-o multitudine de servicii eterogene ce fac obiectul producției turistice.

Producția turistică este noțiunea care se referă la ansamblul serviciilor și bunurilor finale oferite de sectorul turistic și consumate de turiști pe o perioadă

determinată. Producția turistică se măsoară prin frecvența circulației turistice înregistrate în structurile de primire (grad de ocupare a capacităților, numărul înnoptărilor, coeficientul de ocupare a mijloacelor de transport, gradul sau nivelul de utilizare a echipamentelor turistice etc.).

Politica tour-operatorului vizează maximizarea vânzărilor, bazându-se pe două coordonate principale:

- ✓ diferențiere tarifară
- ✓ gestionarea capacităților

ambele având contribuții la creșterea gradului de ocupare a capacităților.

1.3. Călătoria forfetară

Definirea **călătoriei forfetare** vizează detalierea elementelor care fac parte din **pachetul de servicii** oferit spre valorificare și a condițiilor pe care trebuie să le îndeplinească acest tip de călătorie. Una dintre aceste condiții impune ca deplasarea persoanei să depășească 24 ore și să cuprindă, deci, cel puțin o înnoptare.

Călătoria forfetară sau pachetul de servicii trebuie să fie rezultatul asamblării prealabile a minimum două componente: să conțină cel puțin o înnoptare și să includă încă un alt serviciu (transport, masă, agrement etc.), cele două componente putând fi valorificate fie separat, fie la un tarif ce include toate elementele constitutive.

1.3.1. Conținutul călătoriei forfetare

Călătoria forfetară se compune din următoarele **elemente**:

a) transport;
b) cazare;
c) masă;
d) alte servicii.

În afară de acestea există servicii oferite prin **programe facultative** consumate în timpul liber pe care turiștii îl au la dispoziție în afara programului organizat.

În practică, există diferite tipuri de călătorii forfetare, unele din acestea făcând parte din oferta generală, altele distingându-se în funcție de politica proprie tour-operatorului în materie de program. Acest aspect a condus la diferențierea profilului tour-operatorilor, ei fiind astăzi categorisiți în **generaliști** și **specializați pe un anumit tip de program** sau și una și alta. La acest profil de producție se mai adaugă și asamblarea voiajelor solicitate de turiști individuali sau de gru-

puri separate (așa-numitele **programe la cerere**), aspect ce presupune un grad avansat de adaptabilitate și flexibilitate a ofertei turistice.

În realizarea programului turistic, **tour-operatorul** sau **voiajistul** se bazează pe ofertanții de componente turistice, respectiv prestatori care asigură – conform celor convenite cu tour-operatorii – serviciile incluse programului respectiv.

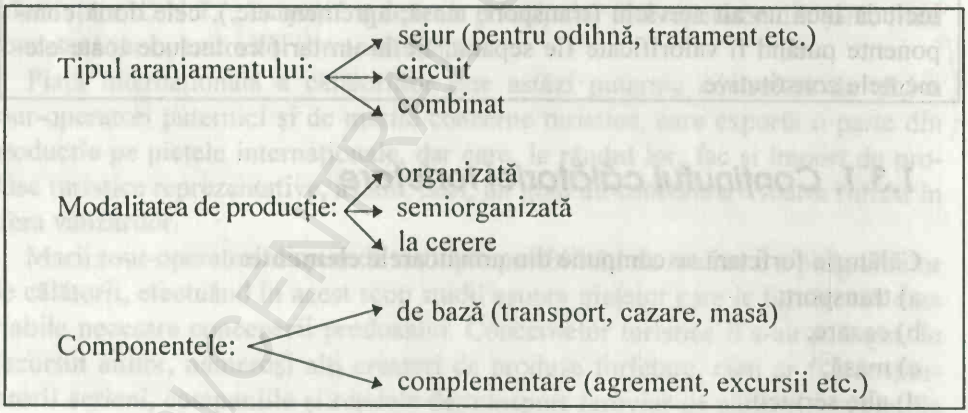
Putem să conchidem că:

> Iscusința, priceperea sau fantezia de îmbinare a elementelor conceptuale cu cele funcționale și de execuție în realizarea programului turistic conferă tour-operatorului individualitate în plan calitativ și cantitativ și, în funcție de acestea, viabilitate în sfera pieței turistice.

Revenind la cele spuse în prealabil despre tour-operatorul O.N.T. „Carpați", trebuie să menționăm că acesta a devenit, în decursul anilor, prin reorganizări succesive, primul organizator de voiaje din România care s-a integrat în sistemul internațional de turism cu metodologii și sisteme operaționale capabile să asigure derularea circulației turistice pe bază de raporturi comerciale și juridice cu firme și tour-operatori din toată lumea.

Elementele de identificare a călătoriei forfetare pot fi asamblate ca în schema din fig. 1.1.

Fig. 1.1. Călătoria forfetară



În sinteză, călătoriile forfetare sunt diversificate, supuse schimbărilor și compozite.

1.4. Catalogul tour-operatorului

Operațiunea de asamblare a elementelor constitutive pentru călătoriile forfetare se finalizează cu prezentarea acestora într-un catalog necesar promovării și

distribuirii produsului către vânzător (intermediarul din lanțul de distribuție) sau către consumatorul final de servicii.

În general, orice catalog conține:

- ✓ sumarul ofertei prezentate în catalog (în primele pagini) și uneori indexul (la sfârșit), pentru căutarea după termeni-cheie;
- ✓ oferta propriu-zisă, organizată pe teme, grupe (tipuri de sejur sau vacanțe), destinații;
- ✓ însemnele specifice – detalii despre perioade, grad de confort, tarife, servicii incluse, valabilitatea ofertei, modalități de contactare a organizatorului etc.;
- ✓ abrevierile și alte elemente necesare utilizării sau decriptării informațiilor din catalog.

1.4.1. Catalogul tour-operatorului Club Mediteranée (Club Med)

Descriere

Club Mediteranée este un tour-operator atipic în privința amenajării turistice a locului de vacanță, concretizat într-un **sat de vacanță**, cu servicii tipice dar și de divertisment pentru turiști, în sistem de **circuit închis**.

Ideea creării satului turistic au avut-o Gerard Blitz și Gilbert Trigano care, intuind necesitățile de vacanță a unei lumi bulversate de război, s-au asociat în 1954 pentru a crea așa-zisele destinații magice. În persoana lui Edmond Rothschild, au găsit investitorul căutat, acesta lăsând conducerea afacerilor pe mâna celor doi asociați. Cu acordul lui Hassan al II-lea, ei au construit în 1965, la Agadir, în Maroc, un sat turistic. Club Mediteranée a devenit în timp o atracție turistică internațională, favorizat fiind și de dezvoltarea transportului aerian *long-courrier* care a permis accesul rapid spre cele mai îndepărtate destinații de vacanță.

Rețeaua clubului s-a dezvoltat continuu pe toate planurile, fiind alimentată cu noi idei și concepte, ceea ce a condus la constituirea gigantului de astăzi – format din infrastructuri hoteliere răspândite în întreaga lume, cu agenții și puncte de vânzare proprii, orchestrate de echipe de conducere ce regândesc permanent rețeaua satelor de vacanță în plan teritorial și în conținut.

După cum se prezintă singur, Club Med și-a construit reputația pe baza semnalelor lansate public și care se referă la **generozitate** și **abundență**, noțiuni sugerate în concepția tour-operatorului de destinațiile exotice, activitățile originale, imaginația și gentilețea personalului angajat în club. Evoluția acestuia, ca un caz particular, poate fi considerată o reușită în domeniul *loisir*-ului și turismului.

De la înființare, aspecte precum frumusețea locurilor, ambianța, practicarea sporturilor și sărbătoarea au însoțit în mod caracteristic viața clubului, acesta conservându-și cu tenacitate valorile, dezvoltând locațiile deja create și deschizând noi sate de vacanță, având o deosebită grijă pentru confort și natură.

Clubul, în concepția tour-operatorului, nu este doar o formulă turistică, ci reprezintă, înainte de toate, spiritul unui nou curent turistic caracterizat prin diversitate, animație, dar și prin calitatea echipamentelor, a restaurantelor sau renunțarea la prejudecățile cotidiene.

Fiind prezent pe cinci continente, având sisteme proprii în multe țări, clubul este astăzi capabil să propună o diversitate a destinațiilor și a stilurilor de viață fără frontiere.

În propria concepție, personalul care asigură funcționalitatea clubului este clasificat de tour-operator în GO (organizatori gentili) și GM (membri gentili), toți aceștia fiind adevărați profesioniști în domenii precum bucătăria, patiseria, serviciile de bar, activitățile de divertisment și organizarea de spectacole, alții fiind decoratori, electricieni, monitori pentru schi, pentru ambarcațiuni cu planșe ori tenis, tir cu arcul, echitație și multe altele.

În spatele fiecărei activități practicate de unul sau mai mulți GM există câte un GO care, în plus față de specialitatea sa, are rolul de a face lucrurile mai ușoare și cât mai agreabile.

Prin intermediul unor structuri de tipul *baby-club*, *p'tit club*, *mini-club* și *kid's club*, vacanța copiilor este încredințată monitorilor experimentați și specializați în diferite discipline.

Abundența bufetelor și serile animate de GO asigură, alături de ceilalți factori, o ambianță deosebită, specifică clubului.

Ca urmare a rezultatelor financiare nesatisfăcătoare înregistrate în ultimul timp, începând cu anul 2003, Club Med și-a propus relansarea satelor de vacanță. **Inventatorul fericirii** și-a propus surmontarea dificultăților prin reîmprospătarea satelor pe continentul american și în țările în care a cunoscut succese tradiționale (Italia, Belgia etc.) prin noi echipe de **seducători** și **seducătoare**, ce vor organiza sejurul și animația pentru propria clientelă (*sursa*: *Radio France International*).

În continuare, conținutul catalogului prezintă separat fiecare destinație pe care acesta operează, așa cum rezultă din fig. 1.2.

Fig. 1.2. Pagină de catalog – Stațiunea St. Moritz, Elveția

HÔTEL

Saint-Moritz/Roi Soleil

En plein canton des Grisons, dans une ambiance internationale, du grand ski pour experts et mille plaisirs pour les amoureux de la détente.

Confort ΨΨΨΨ

Une semaine sans transport à partir de **6 510 F**

Enfants avec encadrement à partir de 4 ans

Hôtel près du centre
altitude 1 750 m
ouvert du 22 déc au 13 avr

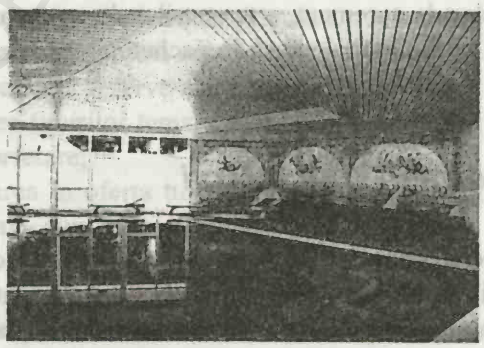
Sports
ski alpin
9 pistes noires ●
33 pistes rouges ●
5 pistes bleues ●
surf

Loisirs
Espace vitalité
piscine

Événement
marathon de l'Engadine
le 9 mars

Club Med
Roi Soleil
7500 Saint-Moritz Bad
(GR) Suisse
tél. : 41 81 833 23 23
fax : 41 81 833 91 61

Saint Moritz ? Mais c'est la station "top of the world", le rendez-vous de la jet-set mondiale ! Certes, mais c'est aussi le Club dans une super station sportive célèbre où les vrais skieurs n'ont que faire des mondanités. D'excellentes pistes les attendent jusqu'à 3 300 mètres sur les massifs de la Haute Engadine, ainsi que trois restaurants d'altitude. Mais que le non skieur se rassure, il sera aussi heureux ici que ses amis sportifs : à lui les grands salons du très confortable hôtel du Club, la piscine, l'Espace vitalité. À lui aussi, en ville, les promenades à pied, les salons de thé*, le tennis couvert*, la patinoire* avec, ce n'est pas désagréable, le parfum grisant de l'ambiance internationale introuvable ailleurs.



Situation
Dans le Canton des Grisons, à 80 km de Chur. **En voiture** : à Chur, direction Thusis, puis le col du Julier et Saint-Moritz. Parking* chauffé sous l'hôtel, découvert et gratuit à l'extérieur. **Gare** : Saint-Moritz. **Aéroport** : Zurich, à 220 km. **Langues** : suisse allemand, français, italien, romanche. **Devise** : le franc suisse. **Cartes de crédit** acceptées au Club : Visa, Eurocard Mastercard, American Express. **Village accessible** aux personnes à mobilité réduite.

Chambres
282 avec douche, téléphone, clefs, coffrets de sécurité. Quelques petites chambres individuelles, confort sommaire. Voltage, 220, prévoir adaptateur.

Table
2 restaurants, dont 1 de fondues et de grillades sur pierre ouvert le soir. Déjeuner au village ou dans l'un des 3 restaurants d'altitude du Club. 1 bar.

Services
Boutique-bazar*, machines à laver*.

Enfants
École de ski et jardin des neiges à partir de 4 ans. Mini-club et kid's club, de 4 à 12 ans. Cadet et junior club à partir de 13 ans pendant les vacances scolaires.

Domaine skiable
Entre 3 300 m et 1 750 m, sur les différents massifs de la Haute Engadine, pour experts et confirmés. 100 canons à neige. **Forfait ski** : valable dès le lendemain du jour d'arrivée. Pas de cours samedi après-midi et dimanche. Accès à l'ensemble des remontées : 2 crémaillères, 8 téléphériques, 41 téléskis, 8 télésièges. **Cours de surf** : à partir de 12 ans, tous niveaux, 8 personnes au minimum.

Loisirs
Grands salons, bibliothèque, karaoke, concerts enregistrés, bridge (cours au Saint-Moritz Victoria), vidéo, discothèque, soirées Club.
Espace vitalité : sauna, UVA*, hammam, salle de musculation, piscine.

Dans la station*
Patinoire, squash, bobsleigh, tennis couvert, traîneaux, cinémas...
* Payant

După ce s-a realizat descrierea destinațiilor de vacanță conform modelului prezentat anterior, în partea finală a catalogului sunt incluse date referitoare la sejururi, număr de zile și perioada funcțională a vacanțelor, precum și informații referitoare la tarifele practicate pentru anul la care se referă catalogul, ca în fig. 1.3.

Fig. 1.3. Pagină de catalog – Tarife pentru Stațiunea St. Moritz

SÉJOUR 7 JOURS	Prix du séjour par personne en logement standard	
occupation ▶	2 ou 3	
Dates de début de séjour tous les dimanches	Adultes	4 - 9 ans
22/12	5040	4032
29/12	6300	5040
du 05/01 au 19/01	3920	3136
26/01 et 02/02	4340	3472
du 09/02 au 23/02	5040	4032
du 02/03 au 06/04	3920	3136

SÉJOUR ET VOYAGE CLUB : train-couchettes 2e classe Paris-Chur A.R., 4 par compartiment, 5 le 8/2 à l'aller et le 15/2 au retour. Comprenant : supplément couchettes, transferts A.R., petit-déjeuner à l'aller, dîner au retour. Départ samedi soir, retour dimanche matin.

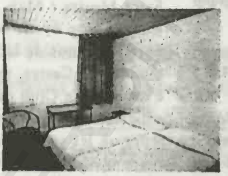
occupation ▶	2 ou 3		
Dates	Adultes	10-11 ans	4 - 9 ans
22/12	6320	5930	4922
29/12	7580	7190	5930
du 05/01 au 19/01	5200	4810	4026
26/01 et 02/02	5620	5230	4362
09/02	6500	5970	4962
16/02 et 23/02	6320	5930	4922
du 02/03 au 06/04	5200	4810	4026

VOYAGE CLUB : AVION Paris/Zurich A.R. le dimanche.
(2 heures 15 de car). Nous pouvons vous proposer des départs en train de Bruxelles.

Dates	Adultes	4-11 ans
Départ 09/02	1660	1290
Autres dates	1500	1180

Suisse
Valbella

DESCRIPTIF DU VILLAGE P 50



VALC

Chambres

Standard, occupation 2 ou 3 (en occupation à 3, le plus jeune doit avoir 11 ans maximum).

Logement individuel : + 30 % sur le séjour le 22/12, du 05/01 au 02/02 inclus et du 16/02 au 06/04 inclus. Autres dates, nous consulter.

Formalités (pour les ressortissants français) : carte d'identité en cours de validité ou passeport même périmé depuis moins de 5 ans.

Natura tour-operatorului este în esență aceea a unui realizator de programe complexe, de tip *all inclusive*, desfășurate într-un sistem de circuit închis.

Serviciile *all inclusive* sunt oferite, în prezent, de numeroși alți tour-operatori sau prestatori de servicii, caracteristica acestora fiind aceea că includ, de regulă, servicii de masă la orele dorite de turiști, acces la toate programele distractive, utilizarea echipamentelor de agrement, a terenurilor de sport, a sălilor de jocuri, precum și alte servicii și facilități incluse în pachetele organizatorilor de voiaje pentru proprii turiști.

1.4.2. Tour-operatori specializați

În rețeaua tour-operatorilor își fac periodic apariția și cei care prezintă publicului un anumit tip de ofertă. Așa, spre exemplu, s-a lansat cu mai mulți ani în urmă un tour-operator de mai mică dimensiune, care s-a autointitulat *Merveilles Voyages*, fiind specializat pe programe tematice, așa cum se poate observa din următorul exemplu.

Exemplu practic: Descoperirea Grădinilor

Personalitatea acestui tour-operator e relevată prin gama celor circa 30 de călătorii oferite unei clientele avizate, care au în structura programelor incluse aspecte legate de:

- ✓ peisaj;
- ✓ arhitectură;
- ✓ botanică;
- ✓ grădini / parcuri.

Toate acestea au în comun descoperirea unei lumi în care omul, cu talentul său, pune în valoare bogățiile naturale.

Grupurile atrase spre acest gen de călătorii provin din rândurile botaniștilor amatori, ale cluburilor, asociațiilor și instituțiilor care preferă acest gen de **călătorii cu temă.**

Structura programelor este axată pe studiul obiectivelor turistice sau pe alte destinații îndepărtate și atractive, aflate în diferite țări din Europa. Aceste programe vizează (în funcție de anotimp) prezentarea anumitor specii de flori, arbori sau vegetație rară existentă în grădini botanice, parcuri, locuri sau areale naturale deosebite (*sursa: Le Figaro*, 20 februarie 2001).

1.5. Perspectivele ofertei turistice internaționale

Oferta turistică clasică, bazată pe vechile modele, nu poate ține pasul cu necesitățile cererii. Ea trebuie permanent inventată și reinventată.

Produsul turistic nu poate fi realizat decât în raport direct cu satisfacerea nevoilor și dorințelor turistului, aspect care s-a tradus prin câteva **caracteristici**:

- ✓ super-organizarea serviciilor, atât în conținut cât și în calitate;
- ✓ apariția sistemelor cu circuit închis, de tip *all inclusive*;
- ✓ atenția deosebită acordată animației;
- ✓ modernizarea fără rezerve a infrastructurii turistice;
- ✓ multiplicarea tipurilor tematice de produs destinate segmentelor precise a voiajelor forfetare;
- ✓ implementarea în oferta turistică clasică a așa-numitelor amenajări turistice artificiale, cum sunt parcurile de distracții.

Toate acestea s-au reflectat în creșterea numărului de componente, în eliminarea inelasticității parțiale a ofertei, în diversificarea intermediarilor prin implicarea actorilor publici și privați, a profesioniștilor și în atenția acordată rolului puterilor locale și publice etc.

În tendința generală de a depăși vechile modele de programe, inovațiile privesc toate componentele aparținând produsului turistic, din care cele fundamentale se regăsesc în spațiul geografic cu atracțiile sale, orașele, satele, mediul înconjurător și populația locală.

Componenta legată de patrimoniul cultural, religios și istoric (vestigii) are un rol determinant în atragerea fluxurilor turistice.

Un alt factor determinant în evoluția produsului turistic îl reprezintă animația – cea care creează ambianța sejururilor turistice. Inovații permanente sunt aplicate serviciilor de cazare: complexe integrate, complexe de cazare și *loisir* (precum *Center Parks*), sate de vacanță, parcuri de distracție plus cazare (cum sunt *Disneyland*, *Asterix*, *Futuroscop* din Franța etc).

Se asistă la acordarea unei atenții deosebite echipamentelor și produselor artificiale, precum parcurile de distracții (la care ne-am referit) și elementele non-turistice (mine, cariere de piatră etc.).

Având în vedere tendința manifestată pe piețele internaționale, mult discutatul proiect privind amplasarea Parcului de distracții *Dracula* în spațiul românesc trebuie realizat și introdus în oferta turistică, cu atât mai mult cu cât programele legate de *Dracula* nu sunt o invenție a ultimilor ani. Încercările de demitizare a legendei create de Bram Stoker au existat și în perioadele anterioare și, probabil, vor mai exista, prin apariția unor lucrări special dedicate acestui subiect, aspect pozitiv care va conduce la mediatizarea temei. Pentru activitatea de turism, este însă importantă cultivarea și obținerea avantajelor ce decurg din exploatarea turistică a acestei legende.

În scopul explorării eficiente a acestui parc de distracții este necesar însă a se ține seama de experiența internațională în acest domeniu privind locul de amplasare, astfel ca acesta să fie favorizant alimentării cu vizitatori în flux non-stop, inclusiv pe timpul nopții, fără ca parcul să aibă perioade de inactivitate.

De asemenea, trebuie făcută mențiunea că parcurile de distracții nu reprezintă motivații esențiale de sejur, turiștii sosiți în zona respectivă făcând, de regulă, escale de câteva ore, pentru a le vizita în drumul lor spre alte obiective.

2

Agenția de turism – vânzătorul ofertei turistice

Agenția de turism este o structură specializată în valorificarea ofertei turistice către consumator (pachete sau componente separate ale acesteia), atât în sistem direct, cât și prin intermediari.

2.1. Descriere

Agenția de turism poate aparține din punct de vedere juridic rețelei proprii tour-operatorului, dar poate funcționa și independent de acesta, în această postură oferind spre vânzare produsele fabricate de un alt organizator de călătorii.

Oferta turistică destinată distribuției poate fi definită ca un ansamblu de servicii și bunuri finale propuse consumatorului.

Ca să rămânem în sfera definițiilor, trebuie să prezentăm următoarea noțiune:

Consumatorul este persoana care cumpără pachetul de servicii sau unele componente ale acestuia, în nume propriu sau pentru a le ceda în favoarea altei persoane.

Agenția de turism are metode proprii de vânzare a vacanțelor, fiind un intermediar între public și producătorul voiajelor forfetare, putând comercializa în același timp și propria ofertă.

a) *Full-service agency* este o agenție organizată și echipată în scopul de a comercializa întreaga gamă a călătoriilor, atât pentru turiști, cât pentru și oameni de afaceri sau alte persoane care călătoresc cu diverse scopuri.

În decursul timpului, agențiile de turism și-au individualizat și diversificat sfera de activitate, asimilând rapid inovațiile apărute.

BUCHAREST UNIVERSITY LIBRARY

b) Spre deosebire de agențiile care au în ofertă toată gama de servicii, cele comerciale, *commercial agency*, s-au specializat pe anumite operațiuni de distribuție a produselor.

c) Un alt tip de agenție, *instant agency*, se adresează exclusiv personalului unor instituții bugetare, societăți comerciale sau diverse organizații.

Și-au făcut apariția și s-au adaptat destul de rapid la piață unele agenții de turism care practică forme recente de distribuție, cum ar fi cele care vând oferta prin telefon sau care utilizează Internetul.

Se poate considera că profitul unei agenții de turism este determinat de capacitatea profesională a managerului de a gestiona activitatea personalului care vinde produsele turistice, astfel încât agenția să-și poată acoperi cheltuielile curente pentru funcționare, respectiv atât cele fixe, cât și cele necesare pentru dezvoltare.

S-a apreciat și constatat că cifrele de afaceri ale tour-operatorului s-au îmbunătățit în acele cazuri în care vânzarea produselor s-a extins în afara propriei rețele de vânzare, oferta fiind distribuită și la alți vânzători sau la agenții de diferite tipuri.

Personajul cel mai important în cadrul procesului de valorificare este agentul de turism, persoană specializată atât în vânzarea unui anumit tip de produse, ca de exemplu *ticketing*, cât și în vânzarea întregii oferte destinate publicului.

Astăzi, circa 30.000 de agenții de turism din întreaga lume (din care 70 situate în Europa) sunt unite într-o federație internațională cu sediul la Paris – W.A.T.A. (World Association of Travel) – înființată pentru a facilita relațiile internaționale între acestea.

2.1.1. Ticketing

Ticketing-ul este ansamblul operațiunilor privind rezervarea și emiterea biletelor de transport pentru publicul călător.

Companiile de transport au impus pe o scară tot mai largă propria politică de vânzare a serviciilor de transport, formându-se astfel o relație juridică directă între acestea și rețeaua de vânzare a organizatorilor de turism (tour-operatori sau agenții de turism).

Ticketing-ul a cuprins aproape întreaga rețea de vânzare a agențiilor de turism, care vând – contra unui comision – bilete de transport aerian, naval, feroviar sau auto.

2.1.2. Agentul de vânzări

Pentru derularea activității de *ticketing*, transportatorul – în calitate de **principal** – acordă unei societăți calitatea de **agent de vânzări**.

În această calitate, agentul de vânzări îndeplinește o serie de obligații incluse în contractul de agent și care, în general, constau în:

- ✓ activități promoționale pentru vânzarea serviciilor;
- ✓ asigurarea pe proprie cheltuială a unui spațiu comercial accesibil publicului;
- ✓ rezervarea și completarea documentelor de transport;
- ✓ întocmirea raportului de vânzări, a decontului pentru serviciile vândute și a altor documente referitoare la gestionarea biletelor de transport.

De regulă, agentului de vânzări care gestionează documentele de transport i se pretinde deschiderea unei garanții bancare în favoarea transportatorului, garanție a cărei valoare este corespunzătoare stocului de bilete acordat sau solicitat.

Calculul valorii comisionului acordat de transportator agentului de vânzări se face prin aplicarea procentului negociat și înscris în contract la volumul de vânzări înregistrat efectiv de agenția respectivă.

Agenția de turism poate deveni agent de vânzări numai în condițiile în care – în actul constitutiv al firmei respective – este menționat expres că în obiectul de activitate intră și comercializarea biletelor de transport (aerian, feroviar, naval, auto).

2.1.3. Sistemele globale de distribuție (GDS)

Sistemele globale de distribuție GDS sunt structuri informatizate de rezervare și comercializare a capacităților de transport, puse în funcțiune de companiile aeriene. Conectarea la GDS permite agențiilor vânzătoare să ofere bilete pentru toate companiile aeriene, acestea beneficiind astfel de toate facilitățile puse în funcțiune de companiile aeriene în scopul valorificării biletelor.

Organizația Aviației Civile Internaționale (O.A.C.I.) a dat următoarea definiție acestor sisteme:

> **Sistemele informatizate de rezervare** sunt sisteme electronice care conțin informații referitoare la orarii, număr de locuri disponibile, tarife și regulamente, modalități de efectuare a rezervărilor, precum și la emiterile de bilete.

Pentru ca un transportator aerian să poată intra în sistemul global de distribuție (GDS), acesta trebuie să achite o sumă reprezentând drepturile de utilizare a produselor cuprinse în oferta aflată în sistem.

Există mai multe niveluri de participare, stabilite între posesorul sistemului și cel care-l utilizează:

- ✓ *on call* – definind, în practică, obținerea informațiilor prin telefon;
- ✓ *în cerere* – reprezentând adresarea unei solicitări sub formă de mesaj informatic, cu timp de răspuns variind de la 10 la 20 de secunde;
- ✓ *în disponibilitate* – afișând rezervarea cu confirmare imediată (cea mai utilizată variantă).

Printre cei mai mari furnizori mondiali de sisteme globale de distribuție putem enumera următoarele companii:

- ✓ Galileo International;
- ✓ Sabre;
- ✓ Worldspan;
- ✓ Amadeus;
- ✓ Abacus.

Relația Tour-operator – Distribuitor

Tour-operatorul este întreprinderea care elaborează sau fabrică programele turistice. El propune diverse formule de vacanță, concepute pentru a fi distribuite prin agenții vânzătoare sau la cererea clienților.

Succesul tour-operatorului este direct legat de cel al distribuitorului. Pentru a se menține pe piață și a se dezvolta, și unul și celălalt au început să utilizeze și alte canale de distribuție, pe lângă cele clasice, tradiționale. Astfel, produsul a devenit accesibil și prin intermediul unor canale de tip *Internet*, *Call Center*, *Tele–Chat* etc.

Internetul și-a făcut intrarea în rețeaua distribuitorilor înregistrând succese pe linia rezervărilor de bilete de transport aerian și a voiajelor forfetare.

Call Center asigură vânzarea la distanță a produselor prin telefon, companiile aeriene înregistrând succese și pe această cale. Au apărut în timp câteva superagenții, care asigură atât o calitate ridicată a serviciilor, cât și o creștere semnificativă a producției. În practică, personalul care asigură asemenea servicii recepționează într-o cască telefonică apelurile clienților, apoi le distribuie posturilor libere, solicitarea clientului fiind apoi căutată și operată automat prin intermediul unui computer, rezervarea făcându-se pe loc.

Lanțul turistic

Atât tour-operatorul cât și agentul de turism sunt structuri ale activității de turism, făcând parte din așa-numitul lanț turistic.

Conceptul de **lanț turistic** a fost schematizat de Aimée Pastel, în felul următor:

- ✓ Tour-operator
- ✓ Transport
- ✓ Cazare
- ✓ Sector productiv
- ✓ Animație
- ✓ Mediu înconjurător → Fizic, Social, Cultural

(*sursa:* Joël Raboteur, *Introduction à l'Economie du Tourisme*, L'Harmattan, Paris, 2000)

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

3

Transporturile turistice

Structural, una din componentele de bază ale programului turistic este transportul turistic.

Rolul transporturilor este, practic, determinat atât de includerea acestui element aproape în majoritatea programelor turistice, indiferent de natura lor, cât şi de ponderea destul de însemnată pe care o reprezintă această componentă în totalul costurilor.

Oferta turistică, în plan general, fiind mai mare decât cererea, s-a ajuns – la nivel internaţional – la o apropiere a tarifelor şi facilităţilor pentru servicii similare, atât în ţările primitoare de turişti, cât şi în cele receptoare. Dezvoltarea actuală a mijloacelor de transport face posibilă transpunerea într-un program turistic a oricărei destinaţii, indiferent de distanţele geografice ce trebuie parcurse.

3.1. Transportul auto

3.1.1. Autoturismele

Autoturismele sunt mijloace de transport utilizate în programele turistice ca urmare a tendinţei şi preferinţelor turiştilor de a călători individual, atât prin aranjamentele turistice stabilite de organizatorii de turism, cât şi pe cont propriu, autoturismele fiind incluse în diferite combinaţii cu alte mijloace de transport.

3.1.1.1. Aranjamente turistice

a) *Fly and Drive*

Făcând parte din categoria aranjamentelor turistice organizate, acest tip de program utilizează combinaţia avion - autoturism, autoturismul fiind pus la dispoziţia turistului de la sosirea în aeroport şi până la înapoierea în aeroportul de plecare sau în alt loc stabilit în prealabil.

b) *Package Tour*

Acest tip de aranjament include transport aerian şi cu autoturismul, servicii de cazare în hoteluri, moteluri, campinguri, popasuri turistice sau alte structuri de cazare, servicii de masă (cu preponderenţă demipensiuni), vizite la obiective turistice, servicii legate de circulaţia autoturismului pe şosele (reparaţii, spălat, gresat, depanări, revizii tehnice).

În cadrul aranjamentelor organizate sau al călătoriilor pe cont propriu, autoturismele pot intra în combinaţie şi cu alte mijloace de transport, cum ar fi trenurile autocuşetă (care sunt incluse în circulaţie pe anumite **trase feroviare**) sau navele de tip *car-ferry*, ambele fiind echipate atât pentru transportul autovehiculelor, cât şi pentru transportul posesorilor acestora.

3.1.1.2. Franciza rent-a-car

Franciza rent-a-car se defineşte ca un sistem ce cuprinde operaţiuni şi proceduri specifice, norme tehnice, modalităţi de promovare şi vânzare, precum şi alte metode proprii de management şi operare impuse de *francizor* (posesorul sau emitentul licenţei) şi acceptate de *francizat* (beneficiarul licenţei sau licenţiatul) prin contractul de franciză.

Principiile generale care stau la baza contractelor de acest tip asigură recunoaşterea **fără rezerve şi restricţii** de către licenţiat a dreptului exclusiv al emitentului la marcă, respectiv la a impune propriile proceduri de operare, amenajare sau decorare a punctelor de vânzare, de utilizare a însemnelor distinctive ale sistemului, inclusiv de respectare a modelelor de uniforme pentru personalul de reprezentare şi vânzare, precum şi alte elemente care transmit clientului identificarea cu uşurinţă a sistemului respectiv.

În acest cadru, licenţiatul are obligaţia de a asigura parcul cu autoturisme necesar satisfacerii cererii, precum şi de a întreţine tehnic şi estetic autovehiculele.

Pentru derularea operaţiunilor, beneficiarul (licenţiatul) utilizează **Manualul de proceduri standard** – instrument pus la dispoziţie de francizor (posesorul licenţei).

Beneficiarul îşi asumă, de regulă, unele **responsabilităţi**, cum ar fi:

- ✓ asigurarea autoturismului în caz de accident;
- ✓ asigurarea în caz de foc şi furt a vehiculului închiriat;
- ✓ răspunderea nelimitată pentru vătămări fizice cauzate turiştilor care călătoresc cu respectivele autoturisme;
- ✓ stabilirea tarifelor pe grupe şi clase de autoturisme;
- ✓ prestarea diferitelor servicii solicitate de clienţi, în baza cărţilor de credit admise, inclusiv a celor emise în sistem propriu sau a *vaucher*-elor;
- ✓ primirea de la client a autoturismelor proprii sau aparţinând altor membri incluşi în sistem;
- ✓ plata contribuţiei procentuale din profit către francizor, conform celor convenite prin contractul de franciză.

În cadrul lanțului de distribuție, prezentarea turistului la ghișeul oficiului este momentul cheie al vânzării produsului, agentului vânzător revenindu-i obligația de a transmite informațiile necesare încheierii tranzacției.

Astfel, clientului îi este prezentat catalogul cu oferta și îi sunt furnizate informațiile referitoare la închiriere, respectiv: caracteristici tehnice, dotări, consum, loc de predare a autoturismului (în punctul de închiriere sau în alte localități), date referitoare la legislația țării vizitate, tarif pe zi, număr de kilometri (cu sau fără limită), asigurări și condițiile în care acestea sunt valabile.

Exemplu practic de franciză rent-a-car: Sistemul Hertz

Istoric

La vârsta de numai 22 de ani, Walter L. Jacobs, pionierul în domeniul închirierilor de autoturisme, își deschide o firmă la Chicago, S.U.A., în anul 1918. Începând cu o flotă de numai 12 autoturisme Ford Model T, pe care le-a reparat și revopsit singur, Jacobs își dezvoltă afacerea, atingând după 5 ani o cifră de afaceri de peste un milion de dolari. În anul 1923 afacerea este cumpărată de John Hertz, președintele firmei Yellow Cab and Yellow Truck and Coaching Manufacturing Company. John Hertz a fost cel care a dat firmei noul nume și vestita culoare galbenă. Afacerea a primit numele de Sistemul Hertz Drive–Ur–Self, iar în anul 1926 a fost achiziționată de General Motors Corporation.

Dezvoltarea industriei turistice după cel de-al doilea război mondial și în special a transportului aerian, dar și amplasarea aeroporturilor în afara orașelor, a determinat și dezvoltarea sectorului închirierilor de autoturisme, prin intermediul cărora s-a facilitat legătura dintre aeroporturi și centrul orașelor. Hertz a fost prima companie care a deschis, în 1932, un birou de închirieri auto în incinta unui aeroport, la Chicago Midway Airport. Mai târziu în același an, pentru a se adapta la tendința generală a clienților de a călători pe calea aerului, Hertz a fost prima companie de profil care a înființat programul de închirieri Fly & Drive.

Din anul 1925 Hertz a început să-și dezvolte rețeaua de birouri pe întreg cuprinsul Statelor Unite, în Canada – din 1938 și în Europa – din 1950, ajungând în prezent la peste 7.000 de locații în întreaga lume.

În prezent, Hertz are sediul principal în Park Ridge, New Jersey, S.U.A. Centrul Mondial de Rezervări Hertz înregistrează circa 30 milioane de apeluri telefonice, circa 17 milioane de autoturisme fiind livrate clienților în fiecare an. Hertz oferă o gamă largă de autoturisme moderne, de ultimul tip, pentru închirieri pe termen scurt, mediu sau lung – de la o zi la un an sau chiar mai mult. Agențiile de închirieri se găsesc în toate marile aeroporturi din lume, precum și în cele mai importante orașe, în centre de afaceri precum și în cartiere rezidențiale sau în stațiuni de vacanță.

Pe lângă serviciile de bază – închirierile de autoturisme –, Hertz oferă clienților o gamă variată de servicii adiționale la cel mai înalt nivel de eficacitate și

calitate. Conform filozofiei Hertz, clientul este întotdeauna pe primul loc. Tocmai pentru a veni în sprijinul clientului, Hertz a creat un sistem unic – Serviciul #1 Club Gold – care accelerează predarea și preluarea autoturismelor, eliminând necesitatea de a aștepta la rând și a completa formulare.

Hertz România

Hertz este prezent pe piața României încă din 1975, când lucra cu A.C.R. în calitate de francizat. În iunie 1995, licența a fost preluată de firma AAA Autorent S.R.L. (fosta Sepoy Turism International S.R.L.) care, în prezent, este liderul companiilor de închirieri de mașini din România. Hertz România își deservește clienții din numeroase locații situate în centrul orașelor, în hoteluri și aeroporturi, în București (hotelurile Hilton, Crowne Plaza și Marriott, Aeroportul Internațional Otopeni), Timișoara, Oradea, Constanța și Brașov.

Prin sistemul de rezervare Amadeus, sediul firmei este în contact permanent cu toate birourile Hertz din întreaga lume. Astfel, rezervările pot fi trimise și confirmate în numai câteva minute.

În prezent, Hertz România operează cu o flotă de aproximativ 160 autoturisme – Ford, Mercedes, Opel și Hyundai din ultimele generații. Pentru a întâmpina așteptările clienților, în general, autoturismele au o vechime sub 18 luni și sunt verificate și revizuite permanent.

Preocupându-se mereu de siguranța și confortul clienților, Hertz România oferă numai autovehicule care se încadrează în standardele Uniunii Europene. Aproape toate autoturismele sunt echipate cu airbag, servofrâne, ABS, servodirecție, anvelope adaptate sezonului, aer condiționat, radio-casetofon, închidere centralizată, trusă medicală, triunghi reflectorizant și extinctor.

Încheierea contractului

Închirierea vehiculului se face în baza unui contract de închiriere – *Rental Agreement* (RA). Completarea acestuia de către agentul de închiriere, la biroul de unde va fi ridicat vehiculul, necesită o serie de informații care vor fi înscrise pe toate cele 6 exemplare ale contractului.

Astfel de informații, în ordinea în care apar în RA, sunt:

- ✓ numele și prenumele clientului;
- ✓ adresa și numărul telefonului de contact pe perioada șederii în România;
- ✓ adresa și numărul telefonului din țara de reședință;
- ✓ numărul permisului de conducere, țara emitentă, data emiterii și expirării;
- ✓ locul și data nașterii;
- ✓ numărul pașaportului, țara și data emiterii.

Toate acestea pot părea exagerate, dar completarea lor într-un mod cât mai corect este de importanță capitală.

În afară de aceste date legate strict de persoana celui care închiriază, sunt necesare date referitoare la tipul autovehiculului, kilometraj, data şi ora închirierii, respectiv a returnării maşinii.

Un aspect foarte important îl reprezintă planul asigurărilor, pentru că, în funcţie de tipul acestora, responsabilitatea care revine clientului, în cazul unui accident, poate fi zero sau poate fi redusă până la o anumită limită care depinde de tipul autovehiculului.

Prin semnarea contractului, clientul şi-a însuşit toate responsabilităţile impuse şi înscrise atât pe faţa cât şi pe reversul primului şi ultimului exemplar al acestuia.

Exemplu de contract

Să luăm spre exemplificare un caz concret.

Să presupunem că, în urma unei rezervări făcute prin sistemul internaţional Hertz, clientului i s-a confirmat, pentru 7 zile de închiriere, un Ford Focus, la un tarif pentru kilometraj nelimitat al cărui cod este EWU (anumite tarife pot fi confirmate numai dacă rezervarea este făcută prin sistemul Hertz).

După prezentarea paşaportului şi a permisului de conducere şi după completarea datelor personale în rubricile din partea stângă a RA, se vor completa, în partea dreaptă, datele necesare calculului contractului:

- ✓ kilometrii la plecare şi sosire;
- ✓ grupa autovehiculului;
- ✓ tariful de închiriere (diferă în funcţie de numărul de zile de închiriere);
- ✓ asigurarea de accident (CDW), furt (TP), persoane (PAI), asigurare suplimentară de accident (SCDW).
- ✓ taxa obligatorie de drum (VLF);
- ✓ şofer adiţional;
- ✓ taxa de aeroport (numai dacă autovehiculul se închiriază într-o locaţie situată în aeroport).

La toate acestea se aplică T.V.A., conform legislaţiei în vigoare.

Cea mai mare parte a acestor date se completează în momentul returnării autovehiculului, moment în care se face calculul.

Trebuie menţionat că, la ridicarea autoturismului, se stabileşte modul în care se va efectua plata. Aceasta se poate realiza astfel: cash (numai pentru grupele A şi I), transfer bancar (în anumite condiţii stabilite de biroul Rezervări), Hertz Charge Card (HCC), voucher, Mastercard, Eurocard, Diners Club, American Express, JCB.

Presupunem că plata se va face prin carte de credit. Valoarea estimativă a contractului poate fi achitată în avans pe un terminal POS, iar imprintul cardului rămas necompletat este păstrat doar ca o garanţie până la returnarea autoturismului când, dacă nu mai este nimic altceva de plătit în plus, va fi anulat (de exemplu, rezervorul nu este plin, situaţie în care trebuie plătită diferenţa de combustibil, precum şi o taxă suplimentară de reumplere).

Spre exemplificare, a fost inclus în cele ce urmează **modelul de contract-specimen.**

Fig. 3.1. Contract specimen

Hertz RENTAL AGREEMENT

Franchisee MODEL - SPECIMEN

Lessor: S.C. AAA Autorent S.R.L.
Hertz Franchisee
No. 47, Ion Dianu Street
781482 Bucharest, Romania

Rental Agreement No.
Please always quote this No.

72 029502 0

LOC PENTRU IMPRIMAREA CARDULUI SAU SCRIEREA DATELOR DE PE VOUCHER

Car to be checked in at: ROBUC 51	Date: 15.11.2002	Time: 14⁰⁰	
Unit No.: 314560	Checked in at: ROBUC 51	Date and Time: 15.11.2002 14⁰⁰	IN
Model: FORD FOCUS			
Licence No: B15421	Rented at: RO Buc 51	Date and Time: 08.11.2002 15⁰⁰	OUT
Owner: RO HERTZ			

Renter	JOHN SAMPLE
Contact address	STR. BRAZILOR, 6, SECT. 1, BUCUREȘTI
Mailing address	Tel: 221.45.71
Address	LIMO COTTAGES, No. 79, RED LANE, LONDON, GBR
Tel.	0044073312 49254
Licence No	TIP270045K7WA — Date of issue: 03.10.1981
Issued by	GBR — Expiry date: 03.02.2019
Place of birth	LONDON — Date of birth: 04.12.1961
Passport No.	023318224 — Country of issue: GBR — Date of issue: 02.12.1996
Additional Drivers	TIM BROWN — Date of birth: 15.03.1970
Licence No.	BR 510918AB7WB — Date of issue: 15.09.1992
Issued by	GBR — Expiry date: 13.04.2009

Accepted	Rate per day		Declined
J. Sample	CDW Rate per day: 7	COLLISION DAMAGE WAIVER (Please read details on the back of this agreement)	0
J. Sample	TP Rate per day: 10	THEFT PROTECTION (Please read details on the back of this agreement)	0
J. Sample	PAI Rate per day: 5	PERSONAL ACCIDENT INSURANCE (Please read details on the back of this agreement)	0
J. Sample	Super CDW Rate per day: 9	SUPER COLLISION DAMAGE WAIVER (Please read details on the back of this agreement)	0

(Car Exchange) Continued from RA: — Continued on RA:

Car delivery: on … at … — Car collection: on … at …

CERTIFICAT PAI HRI 0001259

ACHITAT AVANS POS: 632.52 USD

KM					
KM IN	1	1	8	8	0
KM OUT	1	0	8	8	8
KM driven			9	9	2
KM allowed if any					
KM charged					

Cr: C — Cr chgd: C — Tarif: EWU

TACO/IATA No.: 91342910 — CDP No.: 214316 — %

RFB ID No.: 69951844061

No. 1 Club No.: 42348110

Frequent Flyer Progr. No.: QG021650311

Promotion Code No.:

R/A prepared by: MARIA

NO List:

Credit Approval: 021452 — Amount: 632,52 USD

Method of payment: VISA CC.

Inclusive Tour No.:

Voucher No:

Voucher Value:

Deposit: VISA CC/2612549

Misc. deductions:

Refund received:

Amount refunded:

Days at		
Ex. hrs.		
Weeks at	1 × 265,03	265,03
Ex. days		
KM at		
Subtotal		265,03
%		
Subtotal		265,03
Delivery Charge	3112	10,5
Collection Charge		
Drop of Charge		
CDW		49.00
TP		70.00
PAI		35.00
Super CDW		63.00
Add. driver	3147	21.00
Airport Charge	3180	18.00
Misc. Charges		
Refueling	Full	—
Subtotal		531,53
tax	19 %	100,99
Subtotal		632,52
Cash Rec. No		
Subtotal		632,52
Deductions		
Total Charges		632,52

Customer acknowledges with his signature that the rental agreement is subject to the local laws and the standard terms and conditions of the licensed rental company.

TP LIABILITY 550 USD

Renters Signature X J. Sample

Date 08.11.2002

Computed by

Rental Agreement No. Please always quote this No.

72 029502 0

Batch Date | Cash | Charge | F.Chge | Curr

3.1.2. Autocarele

3.1.2.1. Transportul turistic

Autocarele sunt mijloace de transport principale în organizarea programului turistic, fiind utilizate de la simple transferuri de grupuri de turişti (aeroport, gări, hotel, staţiuni turistice etc.) până la circuite pe itinerare complexe.

Utilizarea frecventă a mijloacelor de transport auto, în raport cu celelalte forme de transport (aerian, naval, feroviar), este determinată şi de avantajul pe care-l reprezintă tariful redus / turist transportat, faţă de tarifele practicate pe celelalte tipuri de transport turistic.

3.1.2.1. Tarifele

La stabilirea **tarifului / turist** la autocare se are în vedere, în primul rând, aprecierea cât mai corectă a **coeficientului de utilizare a capacităţii** mijlocului de transport (CUC). Cu cât acesta va fi mai mare, cu atât tariful / turist va fi mai mic.

Exemplu practic

Să presupunem că autocarul are o capacitate de 50 de locuri; calculul tarifului va fi următorul:

- ✓ Autocar 50 locuri x 80% CUC = 40 locuri
- ✓ 100 km x 0,80 $ / km = 80 $
- ✓ 80 $ pentru 40 locuri = 2 $

Deci pentru un parcurs de 100 de km se va include în analiza de preţ suma de 2$ / turist.

La stabilirea cheltuielilor de transport se va avea în vedere şi cunoaşterea taxelor rutiere de autostradă, traversări cu bacuri, traversări cu nave *car-ferry*, taxe traversări de poduri, taxă ecologică, taxă dezinsecţie, costul combustibilului pe parcurs extern şi, nu în ultimul rând, marca şi confortul autocarului.

În practică, organizatorul de turism stabileşte cu compania de transport numărul minim de kilometri, care defineşte noţiunea de **zi turistică**, necesară pentru stabilirea tarifelor de transport. Conform practicii, aceasta este de obicei de:

- ✓ 100 km pentru autoturisme;
- ✓ 150 km pentru microbuze;
- ✓ 200 km pentru autocare.

De asemenea, tariful se stabileşte şi pentru noţiunea de **kilometru parcurs**.

De regulă, în situaţiile în care nu se realizează numărul minim de kilometri, se aplică tariful pe zi, iar dacă numărul de kilometri depăşeşte tariful stabilit pentru ziua turistică se aplică tariful / kilometru.

Față de aceste categorii, se mai utilizează în practica turistică tarifele de transport auto pentru acțiuni nominalizate, respectiv:

- ✓ transfer aeroport – hotel – aeroport;
- ✓ tur oraș;
- ✓ excursii de scurtă durată.

La stabilirea tarifelor pentru autoturisme se are în vedere și grupa de încadrare a mijlocului de transport, începând de la grupa cea mai mică și mergând până la cele mai mari (X, Y etc.), încadrări care au în vedere elemente de ordin tehnic sau dotări (capacitate cilindrică, număr uși, capacitate spațiu bagaje, aer condiționat, radio-casetofon etc.).

Pentru comercializarea călătoriilor cu autocarul este important de avut în vedere ca acestea să respecte exigențele tot mai mari care privesc amenajarea interioară și dotările, în special pentru programele de excursii în circuit.

În afara autocarelor turistice, închiriate sau proprii, agențiile vânzătoare includ în ofertă, de regulă, și valorificarea biletelor de transport pe liniile regulate de autobuze.

Pentru transporturile internaționale regulate a fost creată rețeaua Europabus, ca o extensie a rețelei feroviare europene, dar și ca o necesitate a conexiunii mijloacelor de transport auto cu mijloacele de transport feroviar, aerian și naval, extensie corelată cu orarele și frecvențele de operare ale acestora din urmă. Rețeaua a devenit ulterior Eurolines.

Pentru asigurarea informațiilor privind transportul auto, agentul de turism poate utiliza ghidul liniilor regulate internaționale de autocare, publicat anual de Uniunea Internațională a Transporturilor Rutiere (I.R.U.).

3.1.2.2. Transporturile auto regulate

Transporturile internaționale regulate sau de linie cu mijloace de transport auto se realizează în baza unor acorduri între părțile interesate, acorduri care de regulă stipulează condițiile generale de transport. Condițiile particulare, frecvențele, orariile și alte elemente sunt stabilite între companiile de transport care operează.

Rețelele regulate de autobuze asigură servicii de transport auto de linie în baza unor frecvențe convenite și orarii de operare prestabilite.

În această categorie se pot încadra și rețele prezentate în cele ce urmează.

- ✓ Intercity Bus – sistem de curse auto regulate, care operează între orașele din interiorul unei țări sau pe rute europene internaționale cum sunt Europabus sau Eurolines. Aceste rețele sunt conectate în adâncime cu arterele principale ale orașelor, zonele centrale sau cu zone turistice importante.
- ✓ Greyhound Lines și Continental Trailways din S.U.A. – companii care operează pe majoritatea rutelor, orarul acestora fiind cuprins în Russell's Official Bus Guide.

În Europa există mari companii ale căror rețele domină piața autocarelor, posedând mari parcuri de autovehicule și un număr apreciabil de puncte de vânzare.

Acestea suferă continuu mutații determinate de dinamica și puterea de absorbție a noi capacități și rețele, cu consecințe în volumul cifrei de afaceri și în ierarhiile și inovațiile din sfera serviciilor de transport.

Exemplu practic: Eurolines

Descriere

Eurolines este o organizație internațională europeană cu sediul la Bruxelles, care operează pentru transport auto de persoane în sistem de linii regulate, dispunând de o rețea care asigură servicii rapide de transport cu un grad ridicat de confort pe trasee prestabilite între numeroase localități din Europa.

Destinațiile, orarele, frecvențele și tarifele practicate pe rețelele țărilor aderente la sistem sunt menționate în Catalogul Eurolines.

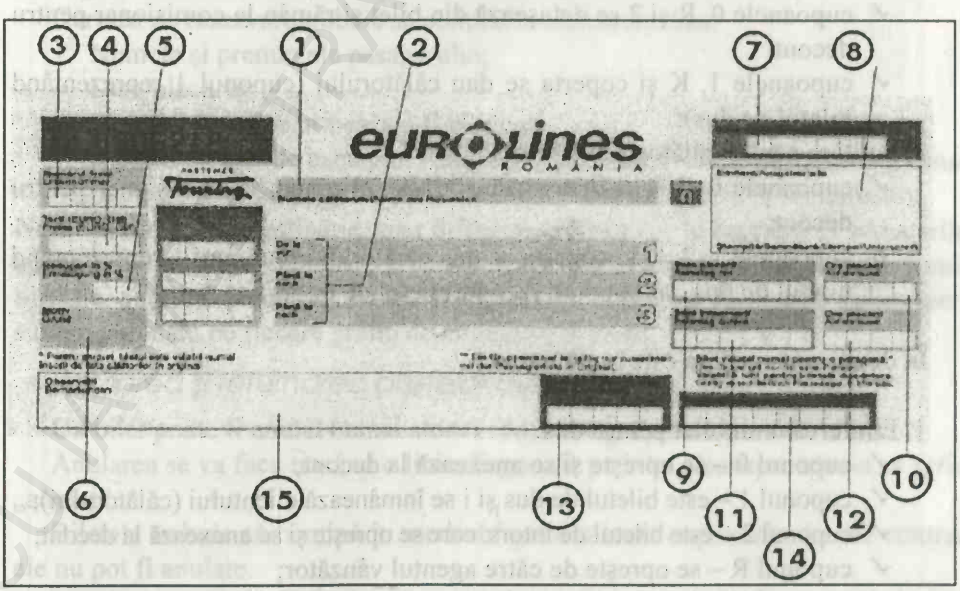
Eurolines România

Eurolines România a luat ființă prin parteneriatul dintre Touring Eurobus România S.R.L. și Deutsche Touring GmbH (cea mai importantă companie de transport de persoane cu autocarul, din Germania).

În 1997, Touring Europabus România a aderat la organizația Eurolines, devenind astfel Eurolines România.

Eurolines România are o rețea proprie de vânzare și colaborează cu numeroase agenții de turism care emit, de asemenea, bilete de transport.

Fig. 3.2. Bilet de transport



Emiterea biletelor de transport

1. Numele călătorului;
2. Ruta;
3. Numărul liniei;
4. Tariful din catalog;
5. Procentul reducerii (de exemplu: 10% sau 50%);
6. Motivul reducerii (de exemplu: student, pensionar, copil; pentru copii se trece vârsta, pentru studenți se atașează copie după carnetul de student, iar pentru pensionari se atașează copie după talonul de pensie);
7. Data emiterii;
8. Semnătura și ștampila emitentului (ștampila se pune pe toate filele biletului);
9. Data plecării;
10. Ora plecării;
11. Data întoarcerii (*open*);
12. Ora întoarcerii (*open*);
13. Cursul BNR (din ziua vânzării);
14. Tariful final;
15. Observații.

Biletele Touring Eurolines conțin 5 file, și anume: 0, 1, 2, R și K și se utilizează după cum urmează:

1) emitere pentru călătoria dus:
   - ✓ cupoanele 0, R și 2 se detașează din bilet și rămân la comisionar pentru decont;
   - ✓ cupoanele 1, K și coperta se dau călătorului (cuponul 1 reprezentând biletul de dus);

2) emitere pentru călătoria dus-întors:
   - ✓ cupoanele 0 și R se detașează din bilet și rămân la comisionar pentru decont;
   - ✓ cupoanele 1, 2, K și coperta se dau călătorului (cuponul 1 reprezentând biletul de dus, iar cuponul 2 fiind biletul de întors).

În detaliu, procedura este următoarea:

1. Emiterea unui bilet pentru dus:
   - ✓ cuponul 0 – se oprește și se anexează la decont;
   - ✓ cuponul 1 – este biletul de dus și i se înmânează clientului (călătorului);
   - ✓ cuponul 2 – este biletul de întors, care se oprește și se anexează la decont;
   - ✓ cuponul R – se oprește de către agentul vânzător;
   - ✓ cuponul K – i se dă clientului.

În cazul unui bilet dus, cupoanele 1 și K rămân la călător.

BCU ARAD LIBRARY UNIVERSITY

2. Emiterea unui bilet pentru dus-întors:
   - ✓ cuponul 0 – se opreşte şi se anexează la decont;
   - ✓ cuponul 1 – este biletul de dus şi i se dă titularului (călătorului);
   - ✓ cuponul 2 – este biletul de întors şi i se dă clientului (călătorului);
   - ✓ cuponul R – se opreşte de către agentul vânzător;
   - ✓ cuponul K – se dă călătorului.

În cazul unui bilet dus-întors, la călător rămân cupoanele 1, 2 şi K.

Biletul este valabil pe o perioadă de 6 luni de la data plecării.

Indiferent dacă biletul este dus sau dus-întors, sunt două reguli generale care trebuie respectate la emitere:

1. cupoanele 0 şi R (cele galbene) întotdeauna se detaşează de restul biletului.
2. cuponul K (cel alb) întotdeauna rămâne prins de cotorul biletului.

Decontarea biletelor de transport

Decontarea biletelor vândute se va face, fără excepţie, pe formularele de decont primite de la Eurolines.

Formularele de decont vor fi completate integral şi vor fi însoţite de filele detaşate din biletele de călătorie vândute.

Se va completa câte un formular de decont pentru fiecare monedă în care s-a făcut vânzarea.

În fig. 3.3. este prezentat un model de formular de decont.

Rezervarea biletelor de transport

Înainte de emiterea unui bilet de călătorie, agenţia vânzătoare are obligaţia să se asigure că sunt locuri libere pe ruta solicitată.

Cererea de rezervare trebuie să conţină următoarele date:

- ✓ Numele şi prenumele pasagerului;
- ✓ Data plecării;
- ✓ Seria biletului ce urmează a fi eliberat;
- ✓ Ruta completă (de exemplu: Bucureşti – Karlsruhe – Madrid, pentru destinaţiile care necesită legături sau Bucureşti – Madrid, pentru liniile directe).

Notă: În funcţie de destinaţie, apar diferenţieri de tarife, în legătură cu reducerile aplicate biletelor de călătorie, greutatea şi numărul de bagaje incluse în preţul biletului şi preţul perceput în cazul kilogramelor excedentare. Aceste diferenţieri sunt menţionate pe fiecare grafic de circulaţie în parte.

Anularea şi returnarea biletelor de călătorie

Un bilet poate fi anulat numai atunci când este greşit completat.

Anularea se va face trasând o linie diagonală pe bilet, deasupra căreia se scrie „anulat".

Biletele trebuie să conţină în mod obligatoriu toate cupoanele, în caz contrar ele nu pot fi anulate.

Înscrierea a două sau mai multe persoane pe un singur bilet nu este admisă, acest fapt atrăgând după sine anularea biletului.

Fig. 3.3. Formular de decont

EUROLINES ROMÂNIA

FIRMA: ..... din localitatea: .....

Nr. decont: ..... Intocmit de: ..... La data de: .....
Moneda (Lei, USD, Euro).....(se fac deconturi separate, pe fiecare moneda)

FORMULAR DE DECONT VANZARI BILETE TOURING - EUROLINES CU 5 CUPOANE

Nr. crt.	SERIE BILET	RUTA	Tip bilet * D / D-I	REDUCERE	PRET (Lei, USD, Euro)
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
				TOTAL	
				Comision	
				Rest plata	

Decontat cu:
ORDIN DE PLATA Nr. ..... Din ..... 200...
CASH - CHITANTA Nr. ..... Din ..... 200...

* se va completa cu semnul **X** spatiul din **dreapta** sau **stinga** rubricii, functie de tipul biletului (D sau D-I)
- biletele penalizate (nu au fost achitate la Touring) se trec in decont cu valoarea penalizata
- biletele returnate (au fost achitate) se ataseaza la decont cu cerere de restituire

BCU IASI CENTRALA UNIVERSITARA LIBRARY

Fig. 3.4. Cerere de returnare a contravalorii biletelor de transport

EUROLINES ROMÂNIA

CERERE DE RETURNARE

a contravalorii biletelor TOURING-EUROLINES neutilizate

Agenţia vânzatoare .....

Subsemnatul ..... **posesor al pasaportului** .....

în calitate de calator, va prezint biletul de transport seria .....

neutilizat pe ruta .....

Mentionez pe proprie raspundere ca , motivul neefectuarii cursei este datorat faptului ca:

Data depunerii cererii.....**Semnatura calatorului:**.....

DATE CERTIFICATE DE AGENTIE

Nr. crt		TOURING-EUROLINES GERMANIA	TOURING-EUROLINES EUROPA
1.	Valoarea biletelor cumpărate		
2.	Valoarea calatoriei efectuate		
3.	Valoarea calatoriei neefectuate (1-2)		
4.	Penalizare.....% (vezi regulament)		
5.	Suma returnată clientului (3-4)		
6.	Comisionul la valoarea călătoriei penalizate(recuperată de TOURING)		
7.	Suma de plată TOURING către AGENTII		

Întocmit de (numele lucratorului citet) si semnatura sa: .....

Subsemnatul (numele calatorului citet) .....

certific primirea sumei de ..... **astazi** .....

Semnatura calatorului:.....

Se admite o singură modificare pe bilet, indiferent la ce rubrici a fost înscrisă, cu condiția ca aceasta să fie efectuată identic pe toate cupoanele biletului. Pentru ca modificarea să fie valabilă, cel care a înscris-o trebuie să semneze și să pună ștampila alături, pe fiecare cupon al biletului. La rubrica de **Observații** a biletului se va face mențiunea „modificări efectuate de agenție", apoi biletul va fi semnat și ștampilat.

Returnarea se poate face aplicându-se Regulamentul privind Anularea, Reprogramarea și Returnarea Contravalorii Biletelor Touring-Eurolines prin intermediul formularului din fig. 3.4..

Descrierea legitimației Pass Eurolines

Pass Eurolines este o legitimație care permite efectuarea unui circuit fără limită de distanță, pe un traseu european ce cuprinde principalele metropole, și anume: Amsterdam, Andorra, Barcelona, Berlin, Bruxelles, București, Budapesta, Köln, Copenhaga, Edinburg, Florența, Frankfurt/Main, Göteborg, Hamburg, Cracovia, Londra, Lyon, Madrid, Marsilia, Milano, München, Paris, Perpinian, Praga, Roma, Salzburg, Stockholm, Strasbourg, Toulouse, Veneția, Viena, Varșovia etc.

Abonamentul Pass Eurolines este valabil pe o perioadă de 15, 30 sau 60 de zile și poate fi folosit într-un interval de maximum 3 luni de la data emiterii lui.

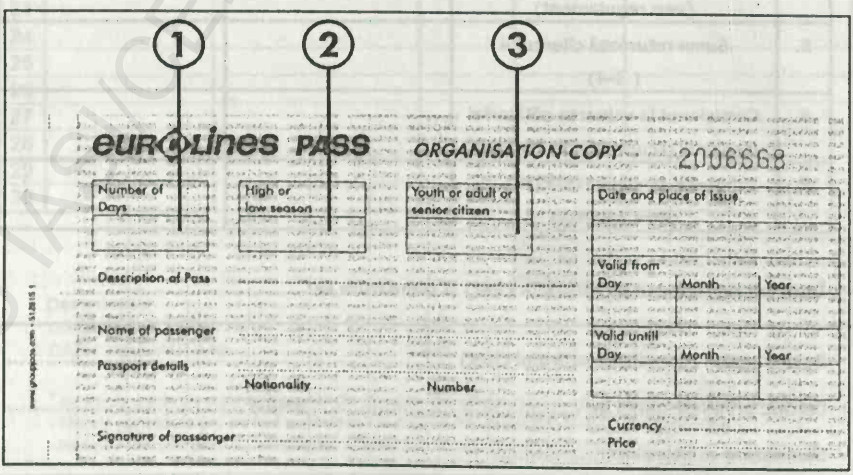
Tipurile de abonament sunt diferențiate, în funcție de vârstă, pe următoarele categorii:

– tineri: 4 – 25 ani;
– adulți: 26 – 59 ani;
– seniori: 60 ani și peste.

Copiii sub 4 ani călătoresc gratuit, însoțitorii plătind bilet conform categoriei în care se încadrează.

Tarifele sunt diferențiate în funcție de tipul de abonament și de sezon (sezon de vârf sau extrasezon).

Fig. 3.5. Legitimație Pass Eurolines



Completarea legitimației Pass Eurolines

1. Categoria:

Se completează cele trei căsuțe 1, 2 și 3 ținându-se cont de numărul zilelor, sezonul și tipul de legitimație.

2. Descrierea legitimației:

La rubrica *Description of pass* (Descrierea legitimației) se trece descrierea completă a legitimației, cu menționarea sezonului (de exemplu, 30 de zile *Youth Pass High Season*).

3. Datele pasagerului:

Se înscriu următoarele date: numele complet al pasagerului, naționalitatea și seria pașaportului. Pasagerul trebuie să semneze pentru confirmare în spațiul special rezervat acestui aspect.

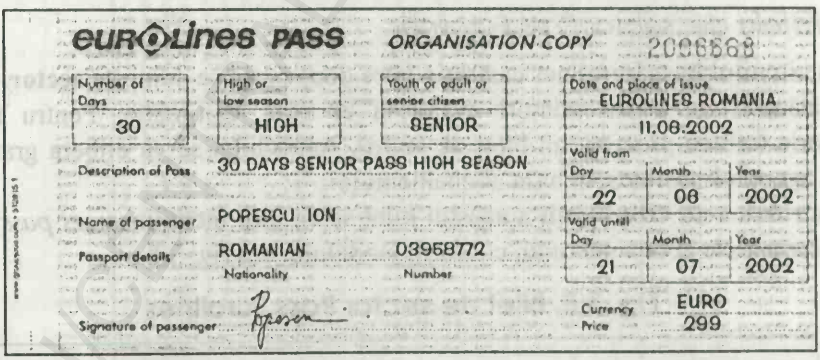
4. Identificarea companiei emitente:

Căsuța *Date and place of issue* (Data și locul emiterii) se completează cu data emiterii legitimației și numele companiei emitente.

5. Determinarea valabilității:

Se completează căsuța *Valid from* (Valabil de la data de) cu ziua, luna și anul de efectuare a primei călătorii. Această dată și tipul abonamentului ales vor determina perioada de valabilitate a legitimației.

Fig. 3.6. Completarea legitimației Pass Eurolines



Emiterea legitimației Pass Eurolines

Pass-ul conține 3 cupoane: albastru, roșu și galben. Se detașează cupoanele de culoare albastră și roșie. Cuponul galben rămâne la pasager, iar cupoanele albastru și roșu se atașează decontului de vânzare.

Anularea legitimației Pass Eurolines

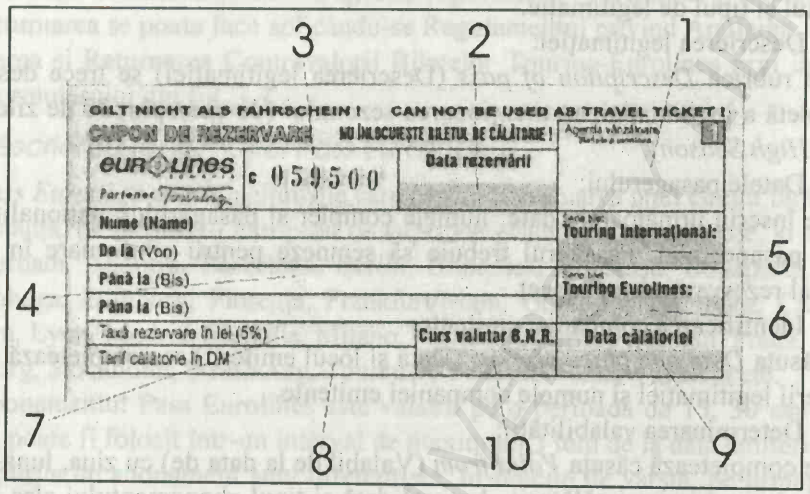
Abonamentul odată cumpărat nu mai poate fi returnat.

Nu se poate face nici o returnare a contravalorii legitimației, nici măcar în cazul abonamentelor pierdute sau furate.

BCU LIBRARY

În cazul în care o legitimație trebuie anulată – atunci când este greșit emisă – se înscrie cuvântul „anulat" pe toate cupoanele, documentul urmând a fi atașat la decontul de vânzare.

Fig. 3.7. Cupon de rezervare Eurolines



Notă: Pe coperta a IV-a a abonamentului există un tabel numit *Journey Record* (fig. 3.9.), ce trebuie completat cu fiecare sector parcurs de către călător. În felul acesta se va ține evidența traseului parcurs, eliminându-se astfel posibilitatea de a călători de două ori pe același sector, lucru nepermis de regulamentul Pass Eurolines.

Biletele de sector Pass Eurolines

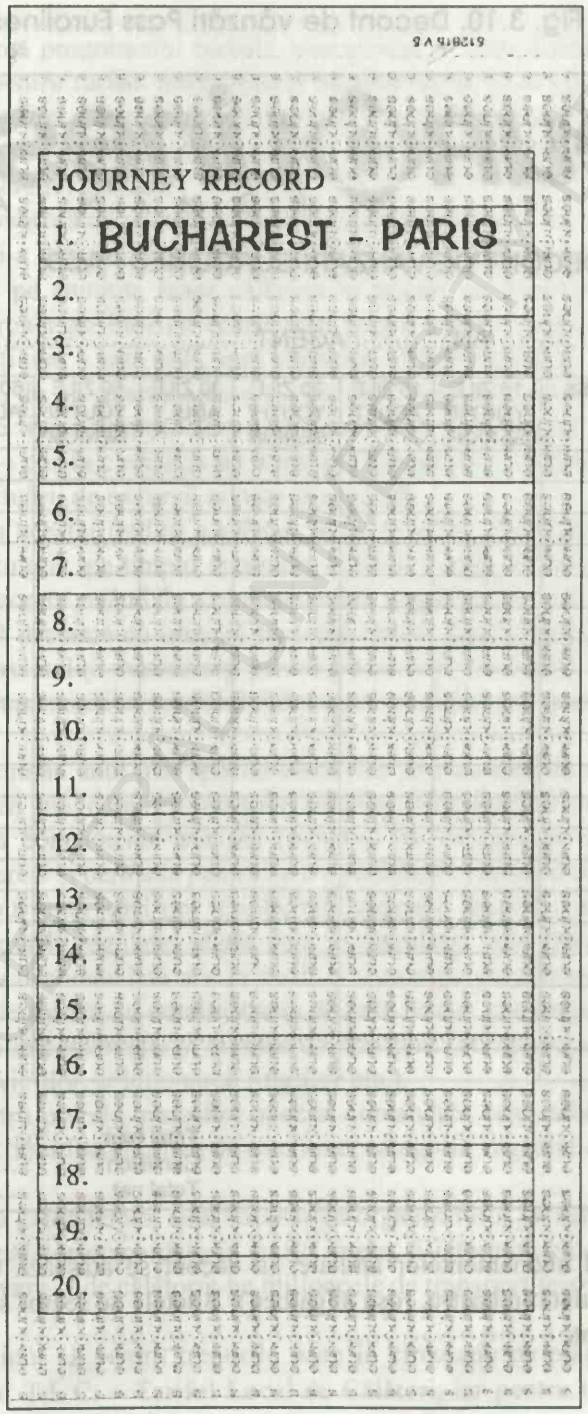
În circuitul Pass Eurolines călătoria între două orașe se numește **sector.**

Călătorul nu poate călători având la el doar legitimația. Pentru fiecare călătorie trebuie procurat un bilet de sector. Acest bilet se va elibera gratuit de către agenția Eurolines, în baza abonamentului.

La rubrica de **Observații** a acestui bilet se va face mențiunea „*el pass*" și se va înscrie seria abonamentului, conform modelului din fig. 3.8.

Fig. 3.8. Bilet de sector Pass Eurolines

Fig. 3.9. Journey Record



Decontul vânzărilor se face completând formularul, conform modelului din fig. 3.10.

Fig. 3.10. Decont de vânzări Pass Eurolines

EUROLINES ROMÂNIA

DECONT DE VANZARI EUROLINES PASS

LUNA ..... AN ..... AGENT .....

	SERIE PASS	15 ZILE YOUTH/ SENIOR	15 ZILE ADULT	30 ZILE YOUTH/ SENIOR	30 ZILE ADULT	60 ZILE YOUTH/ SENIOR	60 ZILE ADULT	TARIF (EURO/ USD)
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								

Total brut .....
Comision .....
Total net .....

Notă: În cazul abonamentelor anulate, la decont se atașează toate cupoanele legitimației anulate (albastru, roșu și galben). Biletele de sector se decontează pe formular separat.

BIBLIOTECA CENTRALĂ UNIVERSITARĂ

3.2. Transportul feroviar

În organizarea programului turistic, transportul pe căile ferate a cunoscut un regres, oferta pentru turism internațional bazându-se în principal pe mijloace de transport mai rapide. În prezent însă, datorită eforturilor făcute pentru realizarea trenurilor de mare viteză și confort ridicat, mijloacele de transport feroviar câștigă progresiv terenul pierdut.

Atracția provocată de nostalgia după formele tradiționale de transport, printre care și trenul, i-a determinat pe tour-operatori să conceapă **programe speciale**, aceștia oferind pe anumite **trase** călătorii în trenuri cu locomotive cu abur, în trenuri care circulă pe linii cu ecartament îngust sau în garnituri de epocă cu parcurs internațional – cum ar fi, spre exemplu, *Orient Express*.

În România, de un interes aparte s-a bucurat programul din oferta suplimentară cu sejur pe litoral, pentru care a fost utilizat un tren special comandat – Săgeata Albastră – pus în circulație pe tronsonul Constanța – București – Constanța, în vederea efectuării de excursii zilnice în capitală.

Continuarea acestei tradiții s-a făcut la un nivel de organizare superior prin punerea în circulație, pe timpul sezonului estival, a unui alt tren special comandat, Euxinus, acesta având în compunere un vagon-restaurant prototip și zece vagoane clasa I decorate cu imagini turistice (trenul fiind prevăzut cu module de sonorizare pentru audiții muzicale și pentru prezentarea traseului). Servirea mesei a fost asigurată după modelul serviciului de *catering* utilizat pe cursele aeriene.

Practic, circulația unui tren special comandat se introduce în circuitul feroviar prin transmiterea unei cereri de transport adresate companiei de cale ferată, în care se menționează compunerea trenului (numărul de vagoane și clasele acestora), trasa, zilele, orarele și perioada pentru care e solicitată aprobarea de circulație.

Pentru grupuri mai mici pot fi solicitate vagoane special comandate, care se atașează la trenurile regulate, aflate deja în circulație. Introducerea în circuit a trenurilor special comandate are la bază o convenție de transport încheiată de organizatorul de turism cu administrația de cale ferată, convenție în care se precizează condițiile comerciale și tehnice de transport (compunerea, trasa, tarifele, decontarea serviciilor, soluționarea litigiilor etc.).

Tariful pentru orarele trenurilor special comandate este stabilit în funcție de câteva criterii: tipul locomotivei de tracțiune, categoria vagoanelor, numărul osiilor / km etc.

În relația cu calea ferată, este necesar ca organizatorul de turism să cunoască facilitățile de călătorie acordate în trafic intern și internațional, precum și condițiile de rezervare și de călătorie pe mijloacele de transport feroviar.

Trebuie reținut că pentru trenurile puse în circulație pe plan intern se utilizează manualul T.L.C. – Tariful Local de Călători, iar pentru trenurile interna-

ționale aflate în circulație este întrebuințat manualul T.C.V. – Tariful Comun Internațional pentru Transportul Călătorilor și Bagajelor.

Călătoriile efectuate în liberă circulație sunt reglementate de regulile C.I.V. – Convenția Internațională a Călătorilor și de Convenția pentru Transporturile Feroviare Internaționale.

Agențiile de voiaj ale căilor ferate și agențiile de turism agreate emit bilete pentru călătorii individuale sau în grup, pentru câini, transport de bagaje, călătorii la sfârșit de săptămână etc.

Pentru traficul internațional se emit **cupoane directe** (de exemplu, pentru călătoriile dus-întors) sau **cupoane de secțiune** (emise pentru una sau mai multe secțiuni de cale ferată).

Cunoașterea sistemelor tarifare, practicate de administrațiile de cale ferată din țările europene și extraeuropene, este necesară pentru personalul din societatea de turism, în activitatea de organizare a unor aranjamente turistice internaționale care trebuie să ia în calcul și facilitățile de călătorie specifice fiecărui sistem.

3.2.1. Facilități de călătorie în traficul internațional feroviar

3.2.1.1. Sistemul Inter Rail (IR)

Descriere

Inter Rail este un sistem tarifar feroviar care oferă facilități pe categorii de vârste, după cum urmează: adulților de peste 26 ani (+26), tinerilor sub 26 ani (–26) și copiilor (între 4–12 ani). În baza acestui sistem, un călător poate beneficia de un număr nelimitat de călătorii pe orice rută situată pe parcursul rețelei europene.

Rețeaua feroviară europeană pusă la dispoziția călătorilor pentru sistemul Inter Rail a fost grupată în opt zone geografice:

Zona A: GBPR/NIR – Regatul Unit al Marii Britanii și al Irlandei de Nord, CIE – Irlanda;
Zona B: SJ – Suedia, NSB – Norvegia, VR – Finlanda;
Zona C: DSB – Danemarca, DB – Germania, CFF – Elveția, ÖBB – Austria;
Zona D: PKP – Polonia, CD – Cehia, ZSR – Slovacia, MAV – Ungaria, HZ – Croația;
Zona E: SNCF – Franța, SNCB – Belgia, NS – Olanda; CFL – Luxemburg;
Zona F: RENFE – Spania, CP – Portugalia, ONCFM – Maroc;
Zona G: FS – Italia, SZ – Slovenia, CH – Grecia, TCDD – Turcia și ADN/HML (compania maritimă care operează între Brindisi–Corfu / Igoumenitsa / Patras);
Zona H: BDZ – Bulgaria, CFR – România, JZ* – Serbia-Muntenegru, CFARYM – Macedonia.

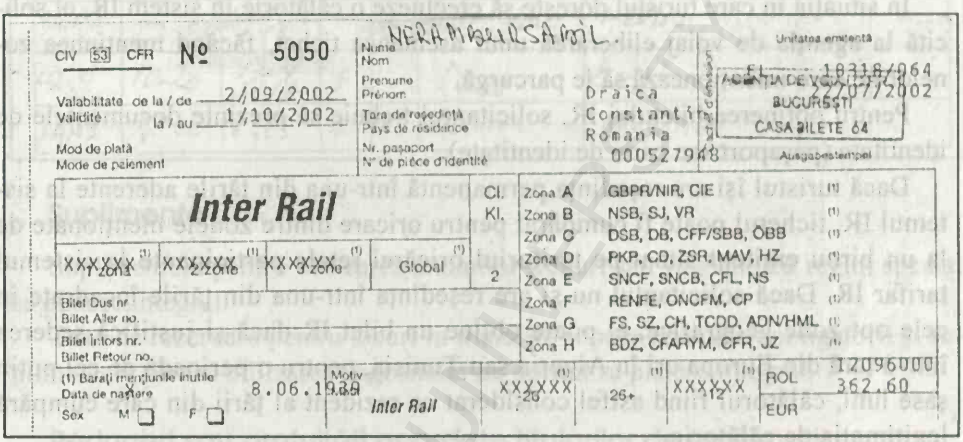
* Păstrăm simbolul JZ pentru căile ferate iugoslave (respectiv, rețeaua feroviară din Serbia-Muntenegru), până la noi reglementări.

Notă: *Pass*-ul (sau cartea Inter Rail) are o valabilitate de 12 zile pentru o zonă cumpărată, de 22 de zile pentru două zone şi de 30 de zile pentru trei zone sau mai multe (inclusiv *pass*-ul global care cuprinde toate cele opt zone).

Se poate opta pentru achiziţionarea unui *pass* valabil pe zone nu neapărat învecinate.

Permisul pentru persoane sub 26 de ani poate fi folosit numai pentru clasa a II-a.

Fig. 3.11. Legitimaţie de călătorie IR



Condiţii de utilizare a legitimaţiei IR

1. Prezentul bilet IR este nominal şi netransmisibil.

2. În perioada de valabilitate, biletul permite libera circulaţie pe reţelele din zona sau zonele alese, mai puţin pe parcursurile efectuate în ţara de rezidenţă.

În plus, legitimaţia permite călătorului (care trebuie să deţină un bilet înainte de călătorie) să obţină 50% reducere pentru:

- două parcursuri, din localitatea sa de domiciliu până la frontieră (dus-întors, în interiorul ţării sale de rezidenţă) sau de la frontieră până în localitatea de destinaţie (în interiorul zonei / zonelor de destinaţie);
- două parcursuri simple (dus-întors), dintr-o localitate aflată în afara ţării de domiciliu până la frontiera zonei / zonelor de destinaţie, atunci când călătorul traversează zona cu alt mijloc de transport decât trenul.

3. Călătoriile efectuate în liberă circulaţie sunt supuse regulilor C.I.V.

4. Biletul IR trebuie prezentat la orice control alături de actul oficial de identitate, al cărui număr de identificare figurează înscris la rubrica respectivă. Orice bilet care conţine înscrisuri sau ştersături făcute ulterior emiterii de către titular este nul şi determină consecinţe penale.

5. Utilizarea prestaţiilor care implică plata unor supratаxe necesită, în prealabil, plata acestora (de exemplu, suplimentele corespunzătoare).

6. În caz de pierdere sau furt, nu se va elibera duplicat și nici nu se va returna contravaloarea legitimației.

7. Contravaloarea biletului poate fi rambursată în cazul în care acesta este restituit înaintea începerii perioadei de valabilitate. În toate celelalte cazuri (pierdere, furt, utilizare parțială etc.) titularul nu are drept la restituirea sumei încasate de agenția emitentă.

Eliberarea legitimației de călătorie IR

În situația în care turistul dorește să efectueze o călătorie în sistem IR, el solicită la agenția de voiaj eliberarea unui asemenea tichet, făcând mențiunea zonelor pe care intenționează să le parcurgă.

Pentru obținerea biletului IR, solicitantul trebuie să prezinte documentele de identitate (pașaport sau carte de identitate).

Dacă turistul își are reședința permanentă într-una din țările aderente la sistemul IR, tichetul poate fi cumpărat pentru oricare dintre zonele menționate de la un birou emitent situat pe teritoriul oricărei rețele participante la sistemul tarifar IR. Dacă solicitantul nu-și are reședința într-una din țările încadrate în cele opt zone geografice, el poate obține un bilet IR dacă-și justifică ședereа într-o țară din Europa ori în Algeria sau Tunisia, pentru o perioadă de cel puțin șase luni, călătorul fiind astfel considerat ca rezident al țării din care cumpără legitimația de călătorie.

Restituirea legitimației de călătorie IR

Cartea IR poate fi restituită (rambursată) numai înaintea începerii perioadei de valabilitate. În caz de pierdere sau furt nu poate fi înlocuită.

Înlocuirea legitimației de călătorie IR

În cazul unei erori făcute de biroul emitent, înlocuirea biletului poate fi efectuată de către orice birou autorizat, care va face mențiunea "emis pentru a ...".

Trecerea la o clasă superioară

Trecerea la o clasă superioară este autorizată pentru parcursurile efectuate, cu încasarea diferenței de clasă.

În perioada de valabilitate a legitimației de călătorie IR, tronsoanele parcurse pe timpul transportului sunt înscrise de călător în formularul anexă al tichetului IR, conform modelului din fig. 3.12.

Notă: Dacă titularul omite să completeze înaintea plecării trenului datele prevăzute de formularul de mai sus, operațiunea se poate efectua și în prezența controlorului, aceasta nefiind considerată infracțiune.

Fig. 3.12. Anexa legitimației IR

DATA CĂLĂTORIEI	ORA PLECĂRII TRENULUI SI VAPORULUI	NUMĂRUL TRENULUI			DE LA	LA	CONTROL
05.09. 2000	2,30	346	X		CORTICI	Wien	
06.09 2000	19.17	EN 224	X		WIEN	Brussel	
08.09 2000	7.45	IC 67	X		Brussel	Amsterdam	
08.09 2000	22.25	INT 288		X	Amsterdam	Paris	
09.09 2000	10.20	TGV 867	X		Paris	Brest	
14/09	8h00	6435	X		Quimper	Marseille	

Suplimente

Suplimentele pentru utilizarea anumitor trenuri sau vagoane cu regim special se plătesc integral.

Taxa de rezervare pentru locuri în trenurile supuse rezervării obligatorii şi suplimentele pentru utilizarea vagoanelor de dormit se plătesc integral.

Reduceri sau gratuităţi acordate titularilor de legitimaţii de călătorie IR (tarife orientative)

Germania

• Hanul Tinereţii, Jugendgästehous, Miesingstrasse 4, 81379 München

Tarif / persoană: 15 ÷ 18,15 EUR – pentru o înnoptare cu mic dejun, băutură răcoritoare şi planul oraşului.

• Hotel Einhorn, Paul-Heyse-Strasse 10, 80336 München

Tarif / persoană: 25 ÷ 35,28 EUR – pentru o înnoptare cu mic dejun, băutură răcoritoare şi planul oraşului.

• Studentenhotel Meininger 10, Meininger Strasse 10, 10823 Berlin – Schöneberg

Tarif / persoană: 12,78 ÷ 30,68 EUR – pentru o înnoptare cu mic dejun şi planul oraşul Berlin; 10% reducere pentru prima noapte.

Franţa

• Intrări cu tarif redus pentru muzeele Grévin:

– Muzeul Grévin, 10 Bd. Montmartre, 75009 Paris
– Historial Touraine – Castelul regal, 25 Av. André Malraux, 37000 Tours
– Muzeul Grévin – Provence, Place Centuries, 13300 Salon-de-Provence
– Evocări de Ceară, 87 Rue de la Grotte, 65100 Lourdes
– Muzeul Grévin, 3 Rue Magasin, 64500 Saint-Jean-de-Luz
– Parc France Miniature, 25 Rue Mesnil, 78990 Elancourt

Norvegia

• Intrare gratuită la Centrul Inter Rail, Elgesetergate 1, Trondheim, deschis de la sfârșitul lui iunie până la sfârșitul lui august.

Notă: Asociația *Hostelling International Norway* – membră a Federației Internaționale a Căminelor Studențești (IYHF) – oferă deținătorilor de tichete IR același tarif ca și pentru membrii IYHF în toate hanurile din Norvegia.

Serbia-Muntenegru

• 20% reducere la Hotelul Beograd, 50 Str. Balkanska, din Vrnjacka Banja, Serbia.

• 20% reducere la Hotelul Zeleznicar, 3 Str. Gavrila Princepa din Vrnjacka Banja, Serbia.

Grecia

• 25% reducere la Hotelul Xenia (situat în gara orașului-port Volos) pentru toate categoriile de camere.

• Prin intermediul tour-operatorului Etos Travel:

a) 15-75% reducere la hotelurile de categoria A sau B, pentru camere *single* și duble (cu plata în avans);

b) 25% reducere pentru o croazieră de o zi în insulele Aegina – Poros – Hydra.

Spania

• Hanul Tinereții San Eugenio, Piața Las Arenas C/Eugenia Vines, 24 Valencia: reducere la cazare.

• Hanurile situate la malul mării: 50% reducere la cazare pentru tinerii sub 26 ani. În plus, în funcție de disponibilitățile tehnice și de personal: o lecție de spaniolă – gratuit pentru străini, din februarie până în octombrie și o jumătate de oră de Internet – gratuit.

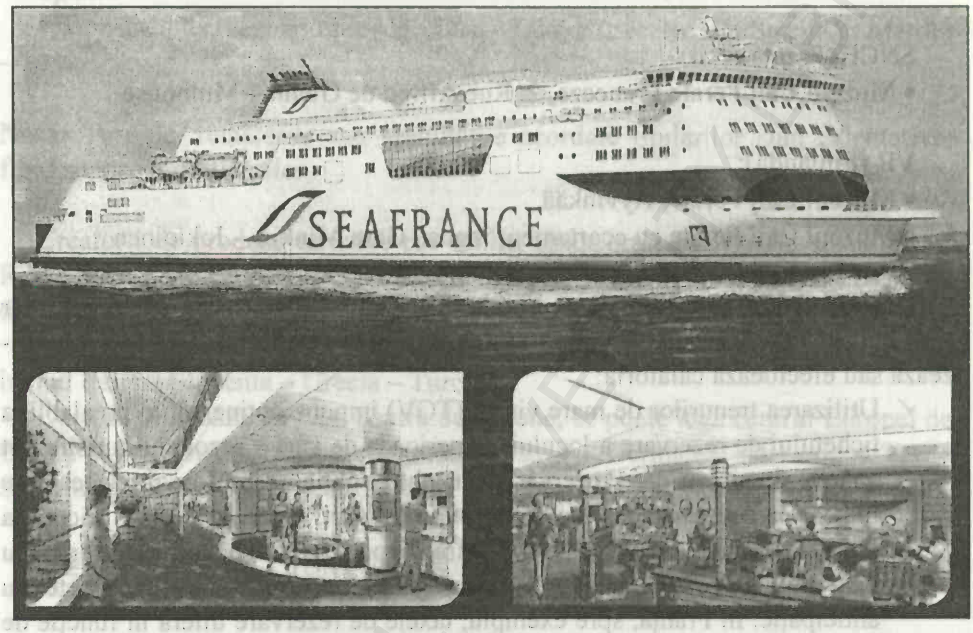
Anglia

• Compania de navigație P&Q Stona Line, care efectuează traversări pe ruta Dover – Calais – Dover, acordă reduceri de 30÷50%. Turiștii care vor să viziteze Londra sau Canterbury într-o singură zi, prin intermediul unei călătorii dus-întors, au posibilitatea de a utiliza navele de tip *car-ferry* și autobuzele, beneficiind de tarife atractive special construite pentru asemenea călătorii. Navele dispun de baruri, restaurante, magazine, puncte de schimb valutar, saloane și săli de divertisment, asigurând astfel un înalt nivel al serviciilor. Nava Sea France (fig. 3.13.) spre exemplu, este una dintre navele maritime *car-ferry* ce execută traversări pe ruta Dover – Calais – Dover.

În situația în care – din cauza unor condiții meteorologice nefavorabile sau din alte motive – se întrerup traversările, se acordă asistență. Transportul dinspre

oraş sau gara feroviară până la gara maritimă (şi invers) se efectuează gratuit, prin autocare puse la dispoziţia călătorilor.

Fig. 3.13. Nava Sea France



Gratuităţi acordate pentru vizitarea muzeelor căilor ferate

CFR (România):
- Muzeul Căilor ferate, Gara Bucureşti Nord

CH (Grecia):
- Muzeul Căilor Ferate, 4 Rue Siokon – Athena

CP (Portugalia):
- Muzeul Căilor Ferate, Gara Santarem

MAV (Ungaria):
- Muzeul Transporturilor, Varosligeti, Körut 11 – Budapesta
- Muzeul Metroului, Métrostation, Deak Ferenc tér – Budapesta
- Muzeul Maşinii Hippomobile, Paradfürdo
- Muzeul Transporturilor Publice Urbane, Dosza Gyorgy ut 3, 2000 – Szentendre

NSB (Norvegia):
- Muzeul Căii Ferate, Hamar

SJ (Suedia):
• Muzeul Transporturilor, Rälsgaten 1 – Gävle

SNCB (Belgia):
• Muzeul Căii Ferate, Gara de Nord – Bruxelles

SNCF (Franța):
• Muzeul Căii Ferate Franceze, 2, Rue Alfred de Glehn – Mulhouse

VR (Finlanda):
• Muzeul Căii Ferate, Hyvinkää
• Muzeul Căii Ferate cu ecartament îngust, Gara Minkiö – Jokioinen

Din efectuarea unui circuit european utilizând legitimația de călătorie Inter Rail (+ 26) am desprins câteva detalii care trebuie reținute de cel care organizează sau efectuează călătoria:

- ✓ Utilizarea trenurilor de mare viteză (TGV) impune obținerea, în prealabil, a tichetului de rezervare a locului. În perioada de vârf a sezonului turistic pot apărea situații în care rezervările nu pot fi obținute pe loc, de aceea este indicat ca acestea să fie făcute din timp. În gări, rezervările pot fi făcute la ghișeele liniilor de mare viteză care dispun de un panou electronic cu inscripția „Plecări imediate" sau la ghișeele la care se vând bilete cu anticipație. În Franța, spre exemplu, taxele de rezervare diferă în funcție de importanța trenului, ziua călătoriei și ora de plecare. În perioadele cu vârf de trafic, numărul tichetelor de rezervare în sistem IR la TGV este limitat.
- ✓ În funcție de țările vizitate, posesorii tichetelor IR, beneficiază, pe lângă facilitățile prezentate, de reduceri acordate de către companiile de navigație.

Reduceri tarifare acordate de companiile de navigație pentru posesorii de tichete IR

Irlanda
• Irish Ferries: pe ruta Holyhead – Dublin Ferry Port – 50% și pe ruta Cherbourg – Roscoff – Rosslare – 50%

Suedia
• Stena Line: pe ruta Göteborg – Frederickshavn – 50%
• Silija Line: pe ruta Stockholm – Helsinki – 50%
• Viking Line: pe ruta Stockholm – Turku – 50%

Norvegia
• Color Line: reduceri la tarifele de transport de zi pe ruta Oslo – Hirtshals – 50%.

Finlanda

• Silija Line: pe ruta Helsinki – Rostock – tarif redus în condiţii de rezervare obligatorie şi servicii asigurate, din iunie până în septembrie.

Spania

• Transmediteranea: pe ruta Algeciras – Tanger (trecerea din Spania în Maroc) – 30%.

Notă: Tarifele, reducerile sau gratuităţile acordate titularilor sunt orientative, fiind supuse modificărilor.

Creatorii de produse turistice pot utiliza transportul feroviar în sistem Inter Rail pentru toate categoriile de vârstă, pentru perioade de timp de 12, 22 sau 30 de zile, pentru ţările cuprinse în cele 8 zone geografice menţionate.

Astfel, pentru cei care au un *pass* pentru zona G se pot concepe programe ce includ Italia – Slovenia – Grecia – Turcia.

Dacă se utilizează un *pass* pentru două zone, se poate lega centrul Europei de Cercul Polar, urmând trasee ce străbat Austria – Germania – Elveţia – Ţările Scandinave şi exemplele pot continua.

3.2.1.2. Sistemul Euro Domino (ED)

Descriere

Euro Domino este o ofertă comună a reţelelor feroviare europene aderente, a reţelei feroviare marocane şi a companiei maritime Attica/HML.

Legitimaţia de călătorie poate include unul sau mai multe cupoane de călătorie în reţea ED şi, dacă este cazul, cupoane TCV (Tariful Internaţional al Călătorilor) cu reduceri tarifare.

Cupoanele de reţea ED permit turistului să-şi conceapă în mod liber un orar de călătorie, pe o durată de 3÷8 zile, la alegere dintr-o perioadă de o lună, pe alte reţele feroviare decât cea a ţării de domiciliu. Tarifele sunt diferenţiate în funcţie de clasa cu care se călătoreşte.

Cupoanele TVC sunt valabile pentru o perioadă de 2 luni, iar termenul lor de valabilitate nu poate fi modificat.

ED este o ofertă destinată călătorilor rezidenţi pentru cel puţin 6 luni într-o ţară europeană ori în Maroc, Algeria sau Tunisia. Tarifele sunt diferenţiate pe categorii de vârstă: până în 26 de ani şi peste 26 de ani.

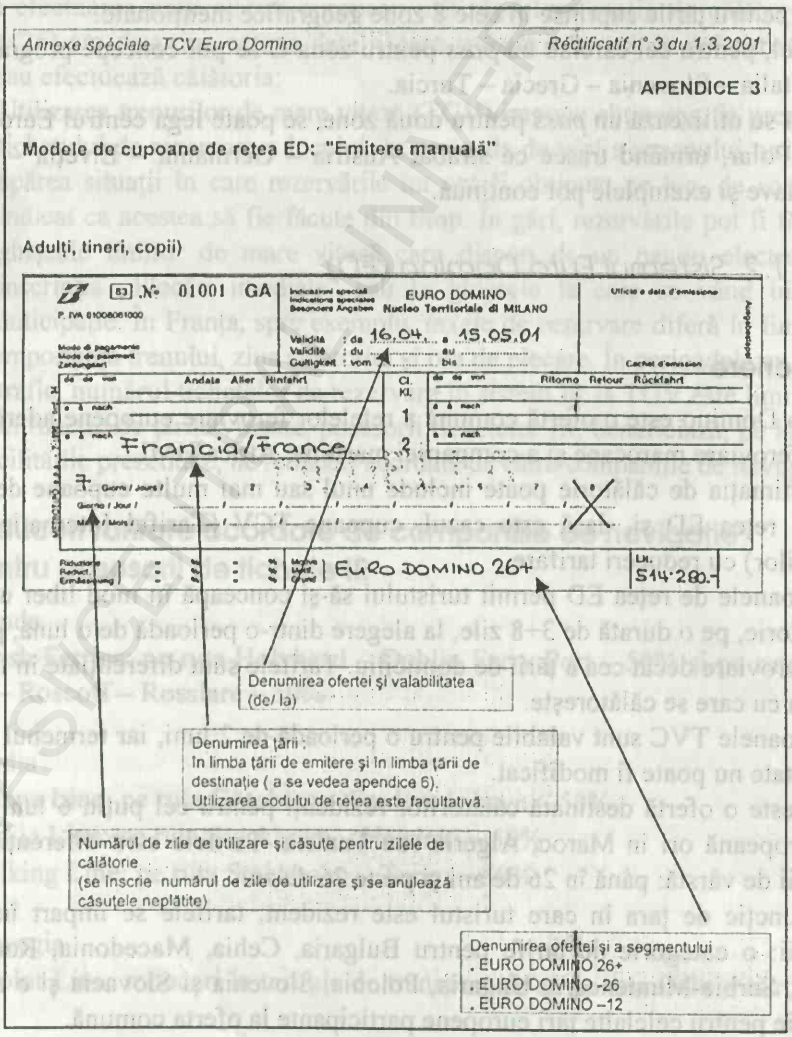
În funcţie de ţara în care turistul este rezident, tarifele se împart în două categorii: o categorie de tarife pentru Bulgaria, Cehia, Macedonia, România, Croaţia, Serbia-Muntenegru, Ungaria, Polonia, Slovenia şi Slovacia şi o a doua categorie pentru celelalte ţări europene participante la oferta comună.

Emitere

Cupoanele TCV sunt emise pentru:

- ✓ parcursurile rețelei din țara de domiciliu, între locul de plecare și gara de frontieră;
- ✓ parcursurile rețelelor externe (respectiv, de la o frontieră la alta a uneia sau mai multor țări, cu condiția ca parcursurile de tranzit să se finalizeze la un punct de frontieră reprezentând intrarea în rețeaua pentru care s-a cumpărat un cupon ED);
- ✓ parcursurile partenerilor aderenți la sistem (căi ferate private și companii maritime).

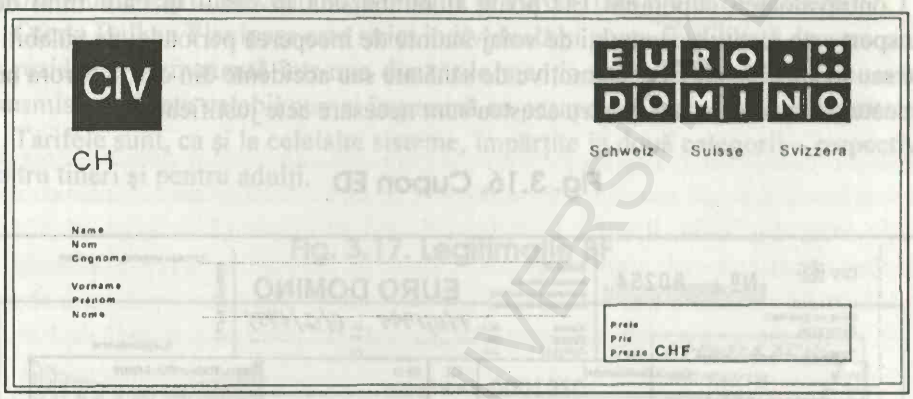
Fig. 3.14. Cupon de rețea ED – emitere manuală



Biletul ED poate fi cumpărat pentru orice țară participantă la ofertă, cu excepția țării de domiciliu a călătorului.

Pentru adulți (+26 ani), atât cupoanele de rețea ED cât și cupoanele TCV cu preț redus se emit la clasa I și clasa a II-a. Tinerii (–26) au reduceri de circa 25% față de tariful adulților, iar copiii beneficiază de reduceri de circa 50%.

Fig. 3.15. Copertă particulară ED



Notă: Cupoanele ED, ca și eventualele cupoane cu tarife reduse reunite într-un carnet, constituie, împreună cu copertele, un titlu de transport unic (indivizibil).

Utilizare

Titlul de transport ED este personal și nu poate fi cedat unei terțe persoane.

Înainte de utilizare, titularul cuponului trebuie să valideze călătoria, înscriind în căsuța prevăzută în formular data începerii perioadei de valabilitate, adică ziua și luna (de exemplu, 14/08). Această operațiune permite efectuarea unui număr nelimitat de călătorii pe orice rețea inclusă în sistem, începând din ziua respectivă și până la expirarea valabilității cuponului. Deoarece se consideră că ziua începe la ora 0.00 și se încheie la orele 24.00, în cazul călătoriilor efectuate pe timpul nopții (pentru care plecarea trenului are loc după orele 19.00), se va înscrie în căsuța prevăzută data celei de a doua zi (în cazul exemplului anterior: 15/08).

În situațiile în care turistul părăsește o țară pentru care a cumpărat în prealabil cupoane de călătorie ED, cele neutilizate rămân valabile, iar titularul le poate folosi la reîntoarcea în acea țară.

Suplimente

Pentru parcursurile efectuate cu cupoane de rețea ED și cupoane cu preț redus TCV, titularul este scutit de plata suplimentelor pentru trenurile supuse acestui regim, respectiv: EC, IC, ICE, Talgo, Sud Express, Bernina Express, Glacier Express, Panoramic Express etc., în toate cazurile fiind necesară obținerea de

informații de la agențiile de voiaj sau de la controlorii trenurilor, pentru a verifica dacă trenul respectiv este exceptat de la plata suplimentelor. Excepție fac trenurile de mare viteză (TGV), pentru care suplimentele trebuie plătite integral.

Taxa pentru rezervarea locurilor în vagoane clasa I, precum și suplimentele pentru vagoanele de dormit, se plătesc integral.

Restituire

Contravaloarea cuponului ED poate fi rambursată în cazul în care titlul de transport este restituit agentului de voiaj înainte de începerea perioadei de valabilitate sau în cazul în care există motive de sănătate sau accidente din cauza cărora nu se poate efectua călătoria (pentru acestea sunt necesare acte justificative).

Fig. 3.16. Cupon ED

În ultimii ani oferta ED s-a modificat, astăzi turistul putând opta pentru cumpărarea unui cupon cu valabilitate de trei zile (minimum posibil), achiziționând apoi suplimentar alte cupoane pentru încă un număr de zile (maximum cinci), *pass*-ul ED neputând depăși 8 zile.

Există, de asemenea, posibilitatea de a fi cumpărate mai multe cupoane, tarifele variind după clasa și țara aleasă.

Exemplu practic

Un cupon achitat în Franța, pentru o călătorie de trei zile în Spania, la clasa a II-a, cu valabilitate de o lună, costă circa 103 de EUR. Pentru cupoanele ED cumpărate în Franța se beneficiază, de asemenea, pe rețeaua SNCF, de o reducere de 25% și e permisă călătoria și pe rețeaua TGV (trenuri de mare viteză) sau pe rețelele Eurostar și Thalys. Pentru tinerii sub 26 de ani se oferă *pass*-ul ED Tineri, cu acces de liberă circulație la clasa a II-a și cu 35% reducere în raport cu oferta ED normală.

3.2.1.3. Sistemul Balkan Flexipass (BF)

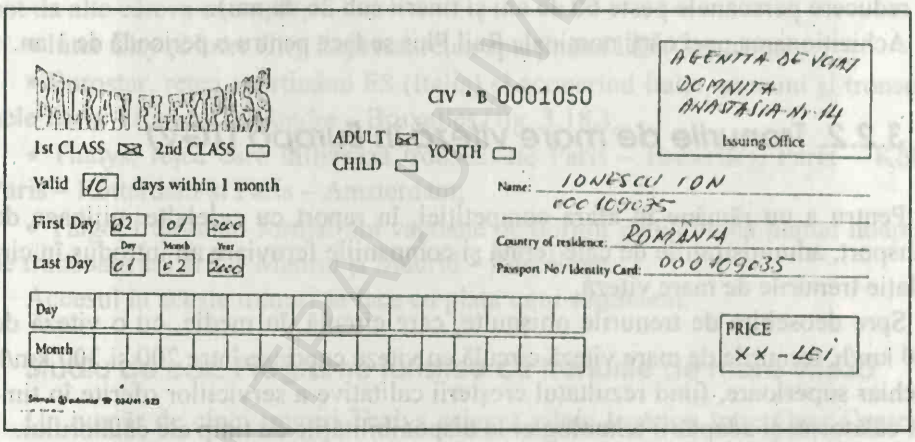
Descriere

Balkan Flexipass este un bilet de liberă circulaţie, care oferă posibilitatea efectuării unui număr nelimitat de călătorii, timp de 5, 10 sau 15 zile dintr-o lună calendaristică, cu orice tip de tren, pe parcursurile feroviare din Bulgaria, Grecia, Serbia-Muntenegru, Macedonia, România şi Turcia, fără limită de distanţă.

Oferta Balkan Flexipass este strict individuală şi poate fi utilizată de persoane cu rezidenţă permanentă într-una din ţările menţionate mai sus. Biletul nu este transmisibil şi este valabil numai împreună cu paşaportul sau cartea de identitate.

Tarifele sunt, ca şi la celelalte sisteme, împărţite în două categorii – respectiv, pentru tineri şi pentru adulţi.

Fig. 3.17. Legitimaţie BF



Condiţii de utilizare

Înainte de prima călătorie, într-una din gările aflate pe teritoriul uneia din ţările anterior menţionate, un angajat al căii ferate va înscrie pe legitimaţie prima şi ultima zi de valabilitate a acesteia.

După ce legitimaţia a fost validată, deţinătorul acesteia va înscrie, înainte de urcarea în primul tren, în rubrica prevăzută, data călătoriei, cu două cifre. Exemplu: 27 mai, va fi înscris 27/05. În cazul în care călătoria începe după ora 19.00, titularul biletului va înscrie data zilei următoare: 28/05. În situaţii de comitere de greşeli în înscrisuri, corectura se va face de personalul trenului (conductorul) sau de persoana care emite bilete la ghişeele dintr-o gară a reţelei feroviare din Balcani.

Înaintea fiecărei călătorii, titularul va înscrie pe bilet în rubrica respectivă data de utilizare.

Pe fila de parcurs, turistul trebuie să înscrie parcursurile pe care își propune să le efectueze, specificând data călătoriei, gara de plecare și cea de destinație, precum și itinerarul.

Suplimentele pentru trenurile Inter City se vor plăti integral. Legitimația BF nu include suplimentul pentru vagon de dormit, masa sau verificarea bagajelor.

În caz de pierdere sau furt nu se returnează contravaloarea legitimației, acest lucru fiind totuși posibil, dar numai la biroul emitent și numai în cazul în care biletul a fost total neutilizat și nevalidat, reținându-se însă un comision de 10% din valoarea legitimației pentru această operațiune.

3.2.1.4. Sistemul Rail Plus (RP)

Rail Plus este un sistem tarifar feroviar care oferă călătorilor oportunitatea de a cumpăra tichete de tren cu 25% reducere, pe orice rută internațională, cu excepția celor din Italia, Irlanda, Norvegia, Suedia și Franța (în rețeaua irlandeză beneficiază de reducere numai persoanele peste 60 de ani, iar în rețeaua franceză au reducere persoanele peste 60 de ani și tinerii sub 26 de ani).

Achiziționarea unei cărți nominale Rail Plus se face pentru o perioadă de 1 an.

3.2.2. Trenurile de mare viteză în Europa (TGV)

Pentru a nu rămâne în afara competiției, în raport cu celelalte mijloace de transport, administrațiile de cale ferată și companiile feroviare au introdus în circulație trenurile de mare viteză.

Spre deosebire de trenurile obișnuite, care circulă, în medie, cu o viteză de 160 km/h, trenurile de mare viteză circulă cu viteze cuprinse între 200 și 300 km/h și chiar superioare, fiind rezultatul creșterii calitative a serviciilor oferite în timpul călătoriei și adaptării tehnologiei la disponibilitățile de timp ale călătorului.

Țara cu rețeaua cea mai densă de trenuri de mare viteză este Japonia.

Dintre țările europene, Franța a fost prima care a creat și a dezvoltat o infrastructură capabilă să asigure circulația trenurilor de mare viteză. Astfel, construcția căii ferate pentru trenul de mare viteză ce leagă Parisul de Lyon a început în 1976 (a fost dată în folosință în 1981), fiind proiectată pentru a dezvolta o viteză de 270 km/h. Ca urmare a succesului înregistrat pe această linie, s-au construit încă două linii: Paris – Le Mans (în 1989) și Paris – Tours (în 1990), fiind utilizate garnituri de trenuri ce ating viteza de 300 km/h. Linia Paris – Lille, dată în folosință în 1993, are extinderi planificate spre Bruxelles, Amsterdam, Köln și Frankfurt/Main. În 1994 s-a dat în folosință linia TGV ce traversează tunelul de sub Canalul Mânecii (Channel Tunnel), știut fiind că, în afară de calea ferată, există prin tunel și cale rutieră, atât pentru transportul de mărfuri, cât și pentru călători, iar pe apă funcționează sistemul de legătură prin nave *car-ferry*. În 2001

s-a inaugurat linia Paris – Marsilia, unindu-se astfel două bazine turistice de mare importanță (capitala și riviera franceză).

În Germania s-a construit linia TGV care leagă Hanovra de Wurzburg (trenurile circulând cu circa 300 km/h); de asemenea, o parte din linia de cale ferată dintre Stuttgart și Frankfurt este dedicată trenurilor de mare viteză.

În Italia, La Direttissima este prima linie de mare viteză (trenul circulă cu viteza de 165 km/h) și a fost construită între Bologna și Florența fiind străbătută de numeroase tuneluri și viaducte.

Și în Spania a fost construită o asemenea linie de mare viteză, între Madrid și Sevilla, abreviată AVE.

Fabricanții de produse turistice au folosit rețelele feroviare în crearea unor programe, utilizând mijloace de transport cu dotări superioare, în scopul asigurării unor servicii de lux la bord oferite, în special, segmentului de oameni de afaceri.

Printre acestea, pe lângă rețelele feroviare rapide anterior menționate, se mai pot da alte câteva exemple:

- Inter City și Inter City Express, rețea aparținând DB (Germania);
- Eurostar, rețea aparținând FS (Italia) și acoperind Italia, precum și tronsoanele Paris – Londra și Londra – Bruxelles (fig. 3.18.);
- Thalys, rețea care utilizează tronsoanele Paris – Bruxelles, Paris – Köln, Paris – Rotterdam și Paris – Amsterdam;
- Talgo, tren-hotel format din vagoane de dormit care circulă numai noaptea pe tronsoanele Paris – Madrid și Madrid – Barcelona.

Accesul în aceste trenuri se face cu plata unui supliment.

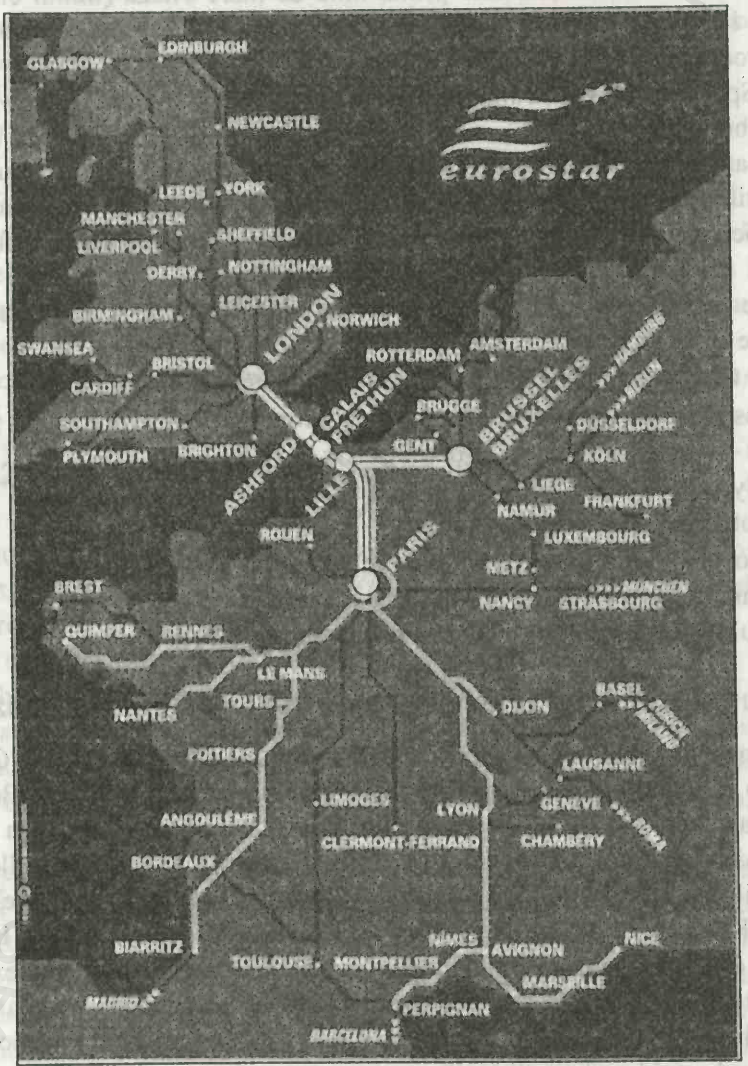
Studiu de caz: Programe turistice cu trenurile de mare viteză

Un număr de cinci trenuri Thalys asigură zilnic legătura între Gara Centrală Rotterdam și Gara Paris Nord, oferind facilități de transfer pentru Gara Bruxelles Midi. De aici, alte opt trenuri de mare viteză Eurostar asigură conexiunea cu gara Waterloo din Londra, via Channel Tunnel. De asemenea, în Gara Bruxelles Midi este posibilă schimbarea trenului Thalys (cu alte trenuri aflate în circulație) pentru destinația Köln, iar cu navele de tip *ferry* HSS, se asigură conexiunea, cu Harwich (via Hook City), în 3 ore și 50 de minute, linia RO/RO *ferry* având, spre exemplu, o capacitate maximă de 375 de autoturisme. La 30 de minute după sosirea navelor în Harwich se asigură legătura directă cu Londra Liverpool Street Station (gară aflată în nord-estul Londrei), distanță care se parcurge într-o oră și zece minute.

Alte trenuri directe fac legături rapide între rețelele țărilor europene. Astfel, cu Eurostar se ajunge în centrul Londrei în trei ore venind de la Paris și în două ore venind din Lille. Cu rețeaua Thalys se parcurge distanța dintre Paris și Bruxelles într-o oră și 25 de minute, iar pentru traseul Amsterdam-Köln sunt

necesare aproximativ 4 ore. În Elveția, Germania, Spania și Italia, numeroase destinații devin accesibile în câteva ore prin intermediul trenurilor a căror viteză asigură sosirea în timp rapid la destinație, ceea ce conduce la eliminarea circulației trenurilor pe timpul nopții (timp rezervat curățeniei în incintele gărilor).

Fig. 3.18. Rețeaua feroviară Eurostar



Pentru grupuri de minimum 10 turiști sunt puse la dispoziție trenuri având vagoane multifuncționale, special dotate cu aparatură video și de sonorizare pentru organizarea de conferințe, proiecția de filme, discotecă, restaurant pentru recepții, asigurându-se în același timp și prestații asociate (cazare la hotel, masă în diferite restaurante, transport cu autocarul sau alte mijloace de transport).

Tot cu trenurile se organizează diferite excursii, de genul:

- o zi la Disneyland, Paris;
- 5 zile în Provence, pentru vizitarea Coastei de Azur;
- 3 zile în Bordelais – arealul vinurilor de Bordeaux;
- o săptămână la Roma;
- un sfârşit de săptămână la Londra etc.

Grupurile organizate, cuprinzând de la 10 la 99 de persoane, beneficiază de reduceri faţă de preţul biletelor; reducerile fiind de 30% pentru adulţi, 50% pentru tineri şi 75% pentru copii (conform tarifarului Promenada Copiilor). În limita locurilor disponibile, reducerile pentru grupurile de tineri sau de copii sunt acceptate şi pe TGV.

Reţeaua SNCF (Franţa) acordă reduceri tarifare la cererea organizatorilor de congrese, reuniuni, simpozioane sau întâlniri cu caracter profesional pentru un număr de minimum 100 de participanţi. Pentru aceste **acţiuni de eveniment** a fost creat biletul tip **congres**, care oferă o reducere de 20% pe reţeaua SNCF şi este valabil pentru o călătorie dus-întors la clasa I sau a II-a. Acest voiaj poate fi realizat într-o perioadă de 15 zile de la data emiterii, cu condiţia ca beneficiarul să participe cel puţin o zi la manifestarea respectivă.

Tarife speciale sunt, de asemenea, prevăzute şi pe anumite linii private de autocare sau vapoare. Spre exemplu, posesorul unei legitimaţii Inter Rail poate călători gratuit cu autocarul, plecând din gara Rennes într-o excursie spre Mont-Saint-Michel. Tot de aici, cu trenul se poate vizita oraşul piraţilor, Saint-Malo, unde se înregistrează, în anumite perioade, cele mai mari valuri din Europa.

3.2.2.1. Calculul tarifelor la trenurile de mare viteză

Conform manualelor tarifare, pentru clasa a II-a, spre exemplu, se disting două niveluri tarifare:

- ✓ tarif aplicabil în extrasezon;
- ✓ tarif aplicabil în vârf de sezon.

Pentru clasa I se aplică un singur nivel tarifar, indiferent de sezon.

Tariful întreg este fixat ţinând cont de calitatea serviciilor oferite (confort şi viteză) şi include rezervarea pentru un loc pe scaun.

Tariful de clasa I este de aproximativ de 1,5 ori mai mare decât cel de clasa a II-a.

Tariful întreg este, în general, calculat în funcţie de lungimea itinerarului, conform următoarei formule:

Tariful întreg = constanta a + (tariful kilometric b x distanţa d)

Pentru tronsoanele mai solicitate decât în mod uzual, preţului obţinut conform acestei formule i se poate adăuga, eventual, un tarif suplimentar corespunzător unei modulaţii temporale determinată de gradul de ocupare a capacităţii.

Tarifele întregi rezultate din aplicarea acestor parametri sunt regresive în raport cu creşterea numărului de km.

Exemplu de calcul

Pentru distanța de 300 km, la clasa I, tariful se calculează astfel:

10,4 EUR + (0,1 EUR x 300 km) = 40,4 EUR, respectiv tarif rotunjit la 40 EUR.

Reducerile se calculează ca procent din tariful întreg şi nu se aplică şi eventualelor suplimente sau rezervări.

Reducerile pot fi împărțite în două categorii: comerciale şi sociale, respectiv particulare, legate de situația personală a anumitor categorii de călători (bilet pentru familii numeroase, bilet de concediu anual etc.).

Tichetul de tren, ca mijloc de transport, poate intra în cadrul serviciilor oferite turistului. Spre exemplu, agentul de turism poate oferi, în mod asociat, transport cu autoturisme aparținând rețelelor care practică franciza, respectiv Europcar, Avis, Hertz, Budget sau SNCF. Pot fi asigurate astfel servicii de transport din 195 de gări din Franța spre alte destinații, practicându-se o serie de facilități şi tarife avantajoase.

Se constată că programele de dezvoltare adoptate la nivel internațional de companiile de transport feroviar au în vedere dezvoltarea rețelei de trenuri cu viteze sporite, asigurând relansarea acestui gen de călătorii, care poate deveni atractiv şi pentru organizatorii de turism.

Exemplu practic: Linia TGV Paris – Marsilia

La data de 10 iunie 2001 a fost inaugurată linia de transport feroviar cu trenuri de mare viteză pe relația Paris – Marsilia. În consecință, distanța dintre două zone turistice importante ale Franței a ajuns să fie parcursă în 2 ore şi 59 de minute, având repercusiuni pozitive asupra circulației turistice în ambele sensuri, atât pe plan intern cât şi internațional.

Numeroase destinații sunt pentru prima dată deservite în mod direct prin introducerea în circulație a acestor trenuri. Astfel, oraşele Rennes, Nantes, Rouen şi Metz au legătură astăzi cu Marsilia, iar oraşul Lyon, datorită introducerii acestui tronson, este deja conectat rivierei franceze şi italiene. Schimbând mijlocul de transport la Lyon, este asigurat şi accesul rapid spre oraşe precum Nancy şi Strasbourg, iar arcul mediteranean Montpellier – Nîmes – Avignon – Marsilia este pentru prima dată străbătut de linii feroviare de mare viteză.

Odată cu achitarea biletului de tren, numeroase variante de transport sunt puse la dispoziția organizatorilor de călătorii şi a turiştilor, după formula:

- ✓ tren + autoturism / taxi
- ✓ tren + autoturism + hotel
- ✓ tren + avion, cu companii aeriene asociate (Air France, American Airlines, Lufthansa, United Airlines).

Turiştii sosiți, de exemplu, la Avignon cu TGV beneficiază, în continuare, de serviciile rețelei SNCF, având asigurate două circuite (fig. 3.19.):

Circuitul nr. 1 cuprinde parcurgerea străzilor comerciale, a vechilor cartiere renovate, Palatul Papilor, Podul Saint-Bénézet şi obiectivele turistice de pe traseu.

Circuitul nr. 2 cuprinde traversarea grădinilor Le Rocher des Doms, Podul Saint-Bénézet, Rhône, noul şi vechiul Avignon.

Fig. 3.19. Circuite turistice în Avignon

Călătorind cu TGV, turiştii pot beneficia de numeroase alte **facilităţi**:

- ✓ copiii şi persoanele în vârstă pot călători la clasa I cu tarif de clasa a II-a;
- ✓ sunt aplicate reduceri tarifare pentru trenurile care circulă pe timp de noapte;
- ✓ copiii între 4 şi 14 ani pot pleca în vacanţă fără a fi însoţiţi de membrii familiei prin serviciul J.V.S. (Jeune Voyageur Service), care asigură personal de însoţire calificat în schimbul achiziţiei unui bilet J.V.S.;
- ✓ transportul bagajelor e asigurat până la punctele indicate;
- ✓ există spaţii pentru călătorii care doresc să-şi transporte bicicleta cu trenul;
- ✓ se asigură mic dejun, dejun şi cină, precum şi produse de bar;
- ✓ se acordă compensaţii în caz de întârziere a trenului (conform următoarei proceduri: călătorul transmite biletul într-un plic, dacă întârzierea e de cel puţin 30 de minute pentru un parcurs de minimum 100 km, situaţie în care

SNCF asigură compensații reprezentând contravaloarea a circa 30% din costul călătoriei);
- ✓ se prestează servicii în incinta gărilor (presă, restaurante, foto, rețea de magazine, agenție de turism, farmacie, punct de schimb valutar, ceasornicărie etc.);
- ✓ se pot închiria autoturisme prin Avis, Hertz, Budget, Ada, Europcar etc.

3.3. Transportul naval

Din categoria mijloacelor de transport naval vor fi menționate, în cele ce urmează, **navele maritime** și **navele fluviale** de pasageri care operează pentru transporturile de turiști.

Ambarcațiuni precum șalupele, iahturile, yolele, hidrobicicletele, bărcile sau planșele pot fi considerate mijloace de agrement nautic și, ca atare, nu pot fi încadrate în categoria mijloacelor de transport naval.

Referitor la navele maritime și fluviale de pasageri, trebuie amintit că acestea pot opera la fel ca și celelalte tipuri de mijloace de transport: fie în sistem de **linii regulate**, fie în sistem ***charter***.

a) Navele de linie

Sunt mijloacele de transport care operează între două sau mai multe localități, conform unor orare și frecvențe de circulație prestabilite, utilizându-se nave cu sau fără cabine, în funcție de distanța de parcurs.

Navele de linie au cea mai mare frecvență de utilizare în Marea Nordului și Marea Mânecii, unde, anual, se înregistrează cel mai mare număr de călători transportați, comparativ cu alte zone sau destinații din lume.

Sistemul de linii regulate cu nave de tip *car-ferry* transportă atât călătorii, cât și autovehiculele acestora.

Menționăm că legătura dintre Regatul Unit al Marii Britanii cu Franța și cu restul continentului se face acum și pe calea ferată (pe sub Canalul Mânecii, prin Channel Tunnel).

b) Navele charter de pasageri

Atractivitatea pe care o prezintă programele turistice organizate cu mijloace de transport naval este determinată de:
- ✓ comoditatea călătoriei asigurate la bordul navelor pe timpul desfășurării programelor prin respectarea unor standarde de cazare a turiștilor;
- ✓ gama variată de activități de divertisment organizate pentru turiști la bordul navelor, concretizată în programe de animație specifice agrementului pe nave (seri distractive, festivaluri, concursuri, baluri, prezentări de modă și alte activități specifice);

- ✓ programele turistice organizate pe navele de pasageri, cunoscute sub denumirea de croaziere;
- ✓ varietatea programelor organizate în porturile de acostare şi în localităţile înscrise în circuit.

3.3.1. Croazierele

Croazierele sunt programe turistice de circuit organizate cu nave charter ce operează pe itinerare prestabilite, pentru care îmbarcarea / debarcarea pasagerilor se face în acelaşi port.

Croazierele pot fi maritime, fluviale sau combinate.

Grecia este principala zonă de croaziere de pe planetă, dispunând astăzi de o întreagă reţea de porturi care asigură servicii operaţionale specifice.

Programul turistic al croazierelor cuprinde două părţi:

1. Activităţile organizate la bordul navelor, în timpul în care nava se află „în marş";
2. Excursiile şi activităţile de agrement organizate în porturile de acostare, în localităţile prevăzute a fi vizitate, în timpul în care navele se află „în staţionare".

Desfăşurarea ambelor tipuri de programe turistice este coordonată de directorul de croazieră, cu sprijinul directorului cultural şi al delegaţilor firmelor de turism de pe nave, realizarea efectivă a programelor presupunând intervenţia ghizilor-interpreţi, a ghizilor-animatori, a agenţilor de turism şi a altor persoane cu atribuţii precise.

În practică, la începutul călătoriei se organizează cocteilul de primire a turiştilor la bordul navelor, ocazie cu care le sunt prezentate turiştilor informaţii referitoare la:

- formalităţile pe care le au de îndeplinit la îmbarcare / debarcare;
- programul croazierei;
- instrucţiunile şi regulile ce trebuie respectate pe durata croazierei;
- personalul implicat în desfăşurarea croazierei:
  - ✓ comandatul navei;
  - ✓ ofiţerii de navigaţie;
  - ✓ directorul de croazieră;
  - ✓ intendentul navei;
  - ✓ doctorul;
  - ✓ bucătarul-şef;
  - ✓ delegaţii firmelor de turism;

- ✓ animatorii;
- ✓ recepționerii;
- ✓ personalul de servire (șefi sală, ospătari, cameriste);
- ✓ alte persoane.

3.3.2. Terminologie specifică privind navele

Cunoașterea noțiunilor de bază, a principalelor caracteristici tehnice și a dotărilor destinate turiștilor pe navele de pasageri, este importantă și necesară pentru elaborarea și comercializarea programelor de croazieră.

3.3.2.1. Caracteristicile tehnice ale navei

- ✓ greutatea (*gross tonage*);
- ✓ lungimea (*length*);
- ✓ lățimea maximă (*breadth max.*);
- ✓ viteza (*speed*), exprimată în noduri;
- ✓ puntea (*deck*), însemnând nivelul de amplasare a dotărilor pentru pasageri și echipaj.

3.3.2.2. Dotările pentru pasageri

- ✓ cabine (*passenger cabins*):
- ✓ apartamente cu vedere exterioară, amplasate la nivelul superior al navei (*penthouse suites*);
- ✓ apartamente (*suites*);
- ✓ garsoniere (*demi suites*);
- ✓ cabine exterioare cu balcon (*outside with balcony*);
- ✓ cabine cu ferestre (*outside with windows*);
- ✓ cabine standard interioare (*inside standard*);
- ✓ restaurant (*restaurant*);
- ✓ foaier - hol (*lodge*);
- ✓ bar (*bar*);
- ✓ bibliotecă (*library*);
- ✓ magazin (*shop*);
- ✓ spital (*hospital*);
- ✓ punte sport (*sport deck*);
- ✓ amfiteatru (*amphitheater*);
- ✓ cameră de joacă pentru copii (*children play-room*);
- ✓ sală de gimnastică (*gymnasium*);
- ✓ piscină (*pool*);
- ✓ partea din spate a navei (*aft*);
- ✓ partea din mijloc a navei (*amidships*).

BCU "ION CREANGĂ" UNIVERSITY LIBRARY

3.3.3. Navlul

Navlul reprezintă tariful pentru închirierea unei nave, fiind o sumă convenită în contractul de transport încheiat pentru o perioadă determinată între armator şi beneficiar.

Nivelul navlului este stabilit pe **zi de transport** şi este determinat de totalitatea cheltuielilor de exploatare anuală a navei respective (rata de amortizare, reparaţii, combustibil, taxe portuare, salarii, indemnizaţii de deplasare a personalului, alocaţii de hrană pentru echipaj, materiale de întreţinere şi alte cheltuieli de exploatare).

În consecinţă, cu cât perioada de exploatare turistică a navei este mai mare, cu atât navlul are o valoare mai mică pe zi de exploatare turistică.

3.3.4. Stabilirea tarifului de vânzare

La stabilirea tarifelor de vânzare pentru turişti, operatorul de turism are în vedere următoarele criterii:

a) creşterea progresivă a tarifelor în funcţie de amplasarea cabinelor, începând de la punţile inferioare spre punţile superioare;

b) diferenţierea tarifelor între cabinele amplasate în interiorul navei (cabine fără hublouri) şi cabinele cu vedere spre exterior;

c) reducerea tarifelor pentru cabinele amplasate în pupa navei, faţă de cele din prova;

d) diferenţierea tarifelor în funcţie de alte elemente caracteristice navelor, cum ar fi, de exemplu, amplasarea cabinelor de pasageri în zone mai silenţioase sau mai zgomotoase şi alte caracteristici care privesc clasificarea cabinelor sau nivelul dotărilor din spaţiile comune destinate turiştilor.

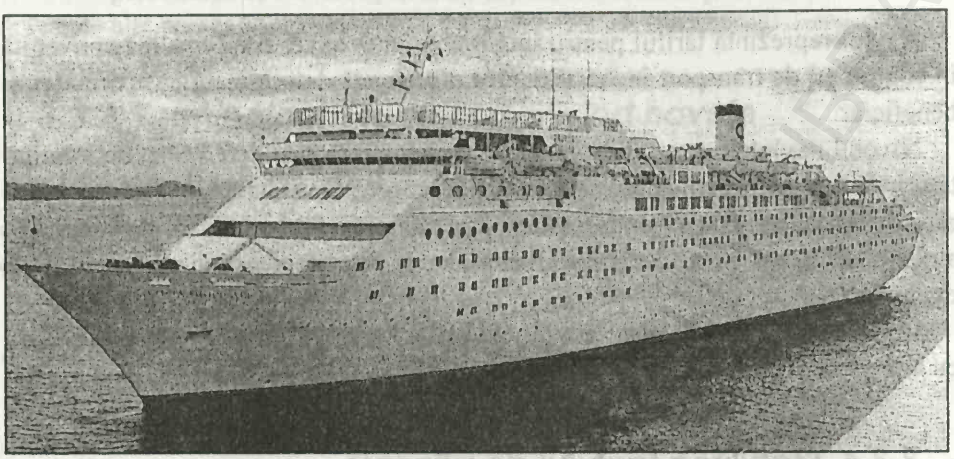
Exemplu practic: Nava maritimă Costa Tropicale

Costa Crociere este un important organizator de croaziere, care şi-a îmbogăţit de curând flota prin introducerea în exploatare turistică a pachebotului Costa Tropicale, prezentat în fig. 3.20.

Nava maritimă are o greutate de 36 tdw şi o lungime de 201 metri, fiind dotată cu 499 de cabine şi 12 apartamente cu balcon. Cabinele sunt dispuse pe opt punţi, iar viteza de deplasare este de 20 de noduri.

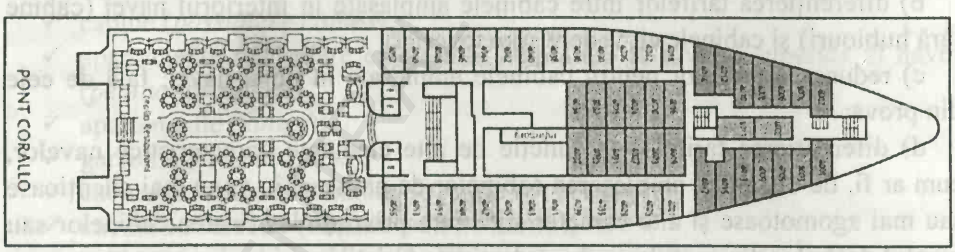
Animaţia pe vas este asigurată atât prin dotări şi echipamente puse la dispoziţia turiştilor (saloane, piscine, baruri, restaurante, cluburi, cazinou, sală de sport, sală de bal etc.), cât şi prin programele specifice organizate la bord.

Fig. 3.20. Nava Costa Tropicale



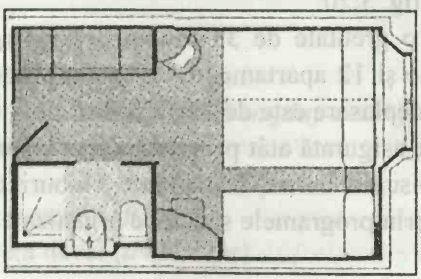
Studiind schema punții Corallo (fig. 3.21.), se poate observa că nava are cabinele dispuse atât spre interiorul navei cât şi spre exterior, restaurantul cu acelaşi nume fiind amplasat în continuarea cabinelor, spre pupa vasului.

Fig. 3.21. Schema punții Corallo



Schema cabinei (fig. 3.22.) şi a dotărilor destinate pasagerilor, împreună cu diagrama navei, reprezintă elementele cele mai importante în vânzarea produsului.

Fig. 3.22. Cabină cu 2 paturi şi grup sanitar



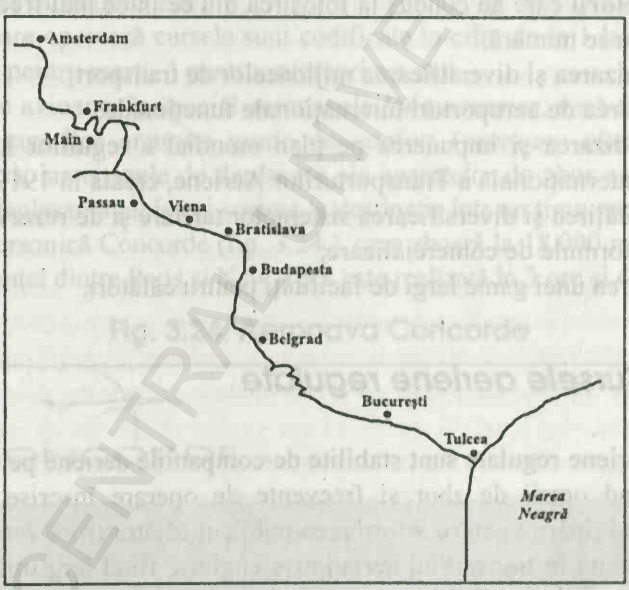
Exemplu practic de program turistic: Parada navelor fluviale de pasageri Rhin - Maine - Dunăre

Acest program a fost imaginat pentru a fi studiat ca o manifestare posibilă de inițiat în cadrul procesului de integrare europeană prin intermediul activității de turism.

Acțiunea ar putea să prezinte interes pentru țările riverane, atât din punct de vedere promoțional, cât și sub aspect comercial.

În esență, programul se derulează pe traseul Rhin – Maine – Dunăre (fig. 3.23.), făcând deci legătura între Marea Nordului și Marea Neagră și incluzând vizitarea capitalelor, a porturilor și a localităților turistice aflate pe traseul ce include: Olanda, Germania, Austria, Ungaria, Serbia-Muntenegru, Bulgaria și România.

Fig. 3.23. Traseul Rhin-Maine-Dunăre



Pentru România, acțiunea ar putea să prezinte interes având în vedere că dispune de zona cu cel mai spectaculos curs al Dunării și de unicatul Delta Dunării (patrimoniu mondial și rezervă a biosferei).

Atuul României în organizarea acestui program complex ar fi acela că a fost prima țară care a lansat programe turistice pe Dunăre (în anii 1960–1961), introducând în circuitul turistic motonavele Oltenița și Carpați.

În același timp, acțiunea poate deveni de interes promoțional și comercial pentru toate țările participante, putând fi organizate și multe alte acțiuni adiacente:

- ✓ întâlniri ale oamenilor de știință care-și desfășoară activitatea în muzeele de științe naturale din întreaga lume;

- ✓ activități ale asociațiilor de vânători și pescari, ale crescătorilor de albine, ale specialiștilor în floră și faună (ornitologi, ihtiologi, ecologi);
- ✓ reuniuni ale scriitorilor de literatură turistică, ale realizatorilor de filme documentare etc.

Sosirea și plecarea navelor în / din portul Tulcea s-ar putea face conform unui program prestabilit, organizat pe zile, într-o perioadă optimă (luna septembrie fiind de preferat).

3.4. Transportul aerian

Dezvoltarea pe care a cunoscut-o transportul aerian a făcut ca aeronavele să devină principalul mijloc de transport utilizat de organizatorii de turism, în special pentru distanțe medii și lungi, în sistem de curse regulate sau charter.

Printre **factorii** care au condus la folosirea din ce în ce mai frecventă a transportului aerian se numără:

- ✓ modernizarea și diversificarea mijloacelor de transport;
- ✓ construirea de aeroporturi internaționale funcționale;
- ✓ standardizarea și impunerea pe plan mondial a regulilor I.A.T.A. (Asociația Internațională a Transporturilor Aeriene, creată în 1919);
- ✓ îmbunătățirea și diversificarea sistemelor tarifare și de rezervare, aplicarea de noi formule de comercializare;
- ✓ asigurarea unei game largi de facilități pentru călători.

3.4.1. Cursele aeriene regulate

Cursele aeriene regulate sunt stabilite de companiile aeriene pe destinații prestabilite, având orarii de zbor și frecvențe de operare înscrise în pliante și broșuri, special tipărite pentru informarea publicul călător (*time table*).

Limba folosită în transportul aerian este engleza, fiind larg utilizată de companiile aeriene, de personalul de bord și dirijare a aeronavelor și în asigurarea serviciilor pe aeroport.

I.A.T.A. are trei principale oficii, amplasate în:

1. Geneva (pentru Europa, Africa și Europa de Est);
2. Montreal (pentru continentul american);
3. Singapore (pentru Australia).

Pentru facilitarea operațiunilor, I.A.T.A. a stabilit pentru fiecare oraș (destinație aeroportuară) un cod format din trei litere, cum ar fi, spre exemplu:

- LON = Londra;
- AMS = Amsterdam;
- HEL = Helsinki;

- BRU = Bruxelles;
- PAR = Paris;
- CPH = Copenhaga.

Şi pentru aeroporturi, codurile alocate au fost stabilite, de asemenea, tot din trei litere:

- London City = LCY;
- London Gatwick Airport = LGW;
- London Heatrow Airport = LHR;
- London Luton Airport = LTN;
- London Stansted Airport = STN.

Abrevierile utilizate sunt prezentate în *ABC World Airways Guide*.

Detaliile pentru informarea turiştilor sunt publicate în două volume (manualul albastru şi manualul roşu), tipărite şi difuzate lunar agenţiilor de voiaj.

Explicaţia simbolurilor:

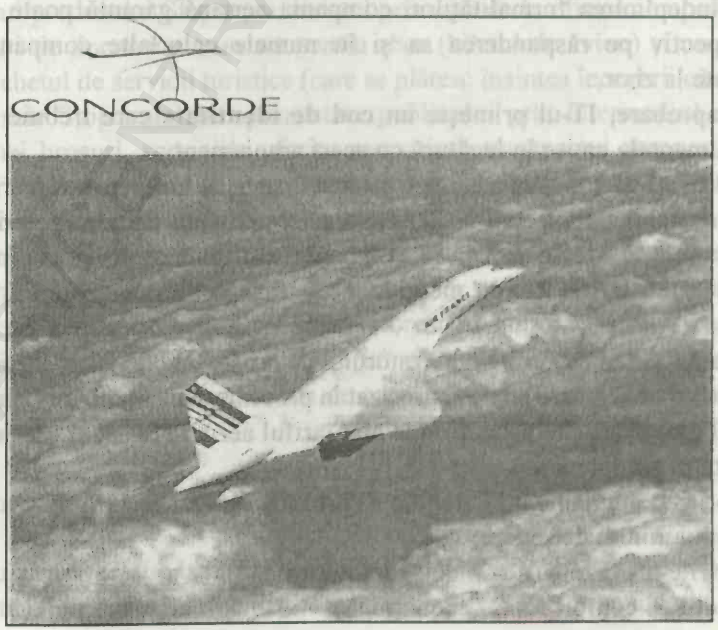
„+" = sosire în ziua următoare;

„–" = sosire după două zile.

Zilele în care operează cursele sunt codificate în cifre de la 1 la 7, respectiv: 1 pentru luni, 2 pentru marţi, 3 pentru miercuri ş.a.m.d.

Tipurile de avioane, în special aeronavele *long-courrier*, sunt echipate pentru a asigura pasagerilor anumite grade de confort (*economy class*, *first class*, *business class*), iar vitezele de deplasare ale aparatelor de zbor au ajuns la cote care asigură deplasarea rapidă şi sosirea la destinaţie într-un timp record. Astfel, cu aeronava supersonică Concorde (fig. 3.24.), care zboară la 18.000 m înălţime, parcurgerea distanţei dintre Paris şi New York este realizată în 3 ore şi 45 de minute.

Fig. 3.24. Aeronava Concorde



3.4.1.1. Aranjamente turistice pe cursele regulate

Transporturile pe curse regulate oferă operatorilor de turism serviciile de bază necesare construirii unor programe care includ – pe lângă transportul aerian de linie – şi servicii la sol (cazare, masă, tur de oraş, excursii şi alte elemente ale pachetului de servicii).

a) Aranjamentul *Inclusive Tours* (IT)

Descriere

Aranjamentele turistice pe cursele aeriene regulate IT pot fi individuale sau de grup.

Agenţia de turism care practică un asemenea tip de aranjament turistic trebuie să fie agreată de I.A.T.A.

Programul turistic poate include transportul dus-întors sau circuit (transportul putând fi efectuat în totalitate sau parţial pe calea aerului).

Capacitatea de transport ofertată este convenită între organizatorul de IT şi compania aeriană, în scopul eficientizării liniei de transport.

În cadrul aranjamentului, agenţia de turism are obligaţia de a asigura promovarea acestuia (tipărirea şi distribuirea pe piaţă a unui pliant).

Pliantul tipărit se anexează împreună cu aranjamentul IT formularului de cerere care se înaintează companiei aeriene, în vederea obţinerii aprobărilor necesare derulării aranjamentului. Documentele prezentate companiei aeriene trebuie să cuprindă descrierea în detaliu a programului (transport, cazare, masă etc.).

După îndeplinirea formalităţilor, compania aeriană garantă poate să aprobe IT-ul respectiv pe răspunderea sa şi în numele celorlalte companii aeriene participante la zbor.

După aprobare, IT-ul primeşte un **cod de identitate** care trebuie înscris pe toate documentele emise în legătură cu acest aranjament.

Tariful se achită companiei aeriene garante înainte de începerea călătoriei, însă nu apare înscris în bilet, fiind confidenţial (se precizează numai codul de referinţă).

Decontarea se efectuează între compania transportatoare şi compania emitentă a biletului tarifat IT, cu menţiunea că transportatorul poate să fie sau nu membru I.A.T.A.

Compania aeriană acordă organizatorului de turism un comision asupra tarifului IT aprobat, comision care poate fi precizat în procente sau chiar în cifre absolute.

Tariful global (pachetul) cuprinde atât tariful aerian IT, cât şi serviciile la sol menţionate în aranjament.

Călătoria cu aranjament IT trebuie să prevadă obligatoriu:

- ✓ timpul minim de şedere;
- ✓ opririle prevăzute (de obicei, sunt permise);
- ✓ gradul de confort (clasa economică);

- ✓ valabilitatea aranjamentului (de regulă, un an);
- ✓ numărul de pasageri (în cazul călătoriei în grup transportul trebuie să fie dus-întors);
- ✓ prezența copiilor (pentru aceştia se acordă reduceri);
- ✓ facilitățile acordate de agențiile de voiaj (reducerile) nu se calculează şi pentru tariful IT.

Modificări permise:

Itinerarul aerian al călătoriilor IT se poate modifica, dar numai în limita distanței maxime parcurse.

Durata IT-ului poate fi modificată, dar numai în limita perioadei de valabilitate a tarifului şi cu condiția efectuării sejurului minim.

După începerea călătoriei nu mai este permisă nici o modificare.

Perioada de valabilitate a biletului IT poate fi prelungită în cazul îmbolnăvirilor, dar numai în baza unui certificat medical.

Pentru celelalte servicii prestate la sol, agenția de turism emite pentru turişti *voucher*-e individuale sau de grup.

Cursele regulate oferă şi posibilitatea asigurării transportului turistic în sistem *part-charter*, care constă în decomercializarea unui număr de locuri convenit între compania de transport aerian şi organizatorul de turism.

b) Aranjamentul Stopovers

Stopovers sunt programe turistice în sistem mini-pachet, oferite de companiile aeriene şi valorificate separat față de biletul de transport aerian.

În cazul produsului Stopovers, turistul primeşte de la oficiul companiei aeriene două seturi de documente: un set pentru zbor (biletul de avion) şi un set separat pentru pachetul de servicii turistice (care se plătesc înaintea începerii călătoriei).

Produsele Stopovers sunt prezentate publicului prin intermediul unui pliant sau al unei broşuri, serviciile oferite acoperind: transportul aeroport – hotel – aeroport, cazarea, vizite la anumite centre comerciale, muzee şi alte obiective turistice reprezentative pentru localitatea vizitată.

Programele Stopovers sunt ideale pentru oamenii de afaceri care vizitează anumite țări şi dispun de prea puțin timp liber pentru un sejur, dar care – în timpul scurt pe care-l au la dispoziție – doresc să cunoască obiectivele turistice ale localității în care se află. Tarifele unor asemenea pachete sunt stimulative pentru cumpărători şi cuprind tururi de oraş, excursii de scurtă durată şi anumite programe specifice zonei.

c) Programul de fidelitate

Pentru atragerea şi păstrarea clientelei proprii, companiile aeriene au conceput aşa-numitele programe de fidelitate, lansate sub diferite titluri, cum ar fi *Fréquence*

Plus sau *Smart Miles*, la realizarea cărora participă parteneri recunoscuți pe plan internațional în asigurarea de servicii turistice. Gradul de fidelitate acordat fiecărui client este în concordanță cu numărul de mile înregistrat în contul călătorului la compania la care s-a înscris și corespunde clasei de rezervare, precum și tarifului plătit.

Astfel, programul *Fréquence Plus* conceput de Air France oferă aderenților la sistem facilități și bonusuri de 300 mile suplimentare pentru primul voiaj efectuat pe aeronavele Air France sau pe ale altor companii din sistem, pe durata următoarelor 6 luni de la îndeplinirea formalităților de adeziune.

Partenerii programului luat ca exemplu sunt cei aparținând grupului Sky Team, din care fac parte – pe lângă Air France – și companiile aeriene Aeromexico, CSA, Delta Air Lines și Korean Air.

Acumularea de mile oferă unui călător numeroase facilități la procurarea biletelor de avion, închirierea de autoturisme, cazare, sejur etc. În exemplu dat, turiștii care beneficiază de aceste facilități pot apela la serviciile prestatorilor incluși în sistemul *Fréquence Plus*, și anume:

- ✓ pentru cazare: Concorde Hotel, Hilton, Ritz, InterContinental, Le Meridien, Accor, Sofitel și altele;
- ✓ pentru închirierea de autoturisme: Avis, Budget, Europcar, Hertz, Carwing, International Limousine, Sixt etc.
- ✓ pentru telecomunicații: FTMS France, Global One etc.
- ✓ pentru alte diverse prestații: ADLP, Disneyland Paris, Paris – Hélicoptère, Stade de France etc.

Efectuarea zborurilor cu partenerii din sistem permite pasagerilor ca în scurt timp să devină membri ai Clubului *Fréquence Plus Bleu*, apoi *Fréquence Plus Rouge*, pentru aceste două variante ale clubului fiind asigurate și alte avantaje, cum ar fi bonusurile de mile, linia directă de rezervare activă 24 de ore din 24, livrarea prioritară a bagajelor etc.

Toate persoanele care solicită intrarea în sistem trebuie să se supună condițiilor generale ale programului și eventualelor modificări survenite.

3.4.2. Cursele aeriene charter

Cursele charter au apărut ca urmare a creșterii circulației turistice, a necesităților de satisfacere a capacităților de transport ale operatorilor de turism, precum și din rațiuni de asigurare a unui nivel de tarife corespunzător încurajării călătoriilor.

Zborurile charter au apărut și ca o cerință de a transporta grupurile de turiști direct la destinație sau cât mai aproape de locul de petrecere a vacanței.

Zborurile charter sunt solicitate de către operatorii de turism printr-o cerere scrisă, adresată companiilor aeriene.

În asemenea condiții, operatorul de turism își asumă riscurile de umplere a aeronavelor.

Cererea de transport aerian charter trebuie să cuprindă numele tour-operatorului sau al agenției de turism, datele sale de identificare, perioadele de efectuare a zborurilor, destinația zborului, numărul turiștilor de transportat, orele de plecare și întoarcere, tipul de avion și tariful.

După analizarea cererii, departamentul sau serviciul charter al companiei aeriene comunică agenției de turism oferta pentru operarea unui zbor charter, document în care se precizează data, tipul aeronavei, capacitatea de transport, precum și planul codificat al zborului sau zborurilor respective.

Codificarea unei curse aeriene charter în cadrul unui plan de zbor poate avea următoarea structură:

ROT 5315 – B 737/132Y – OTP 0200 – CND 0225/0325 – STR 0530/0635 – HAJ 0730/0830 – CND 1105/1205 – OTP.1230

a cărei decodificare este următoarea:

– ROT 5315 – compania aeriană și numărul cursei;
– B 737/132Y – tipul de avion și numărul aparatului de zbor;
– OTP 0200 – aeroportul București – Otopeni și ora plecării;
– CND 0225/0325 – aeroportul Constanța și ora sosirii / plecării;
– STR 0530/0635 – aeroportul Strasbourg și ora sosirii / plecării;
– HAJ 0730/0830 – aeroportul Hanovra și ora sosirii / plecării;
– CND 1105/1205 – aeroportul Constanța și ora sosirii / plecării;
– OTP 1230 – aeroportul București – Otopeni și ora sosirii la destinație.

Notă: Transmiterea planului de zbor către beneficiarul transportului (operatorul de turism) este necesară pentru întocmirea formalităților de asigurare a serviciilor la sol.

Cursele aeriene charter sunt cu atât mai profitabile cu cât lanțul zborurilor se derulează pe o perioadă de timp mai îndelungată. Printr-un număr mai mare de zboruri se pot diminua costurile reprezentate de așa-numitele **capete goale** (cursele de la începutul și sfârșitul **lanțului de zboruri**).

Capacitățile de transport, tipurile de aeronave, aeroporturile de decolare și aterizare, orele de zbor, frecvența zborurilor (zilele de operare), *catering*-ul (servirea mesei pe timpul zborului) și alte elemente, sunt asigurate conform cererii organizatorilor de turism, la tarifele convenite cu transportatorii.

Cursele se pot efectua și pe două sau mai multe aeroporturi din interiorul țării emitente de turiști, acestea fiind așa-numitele curse charter colectoare. Riscurile umplerii capacității de transport a aeronavei și costurile pot fi asumate și de două sau mai multe firme tour-operatoare.

3.4.3. Categorii de operare specifice transportului aerian

- ✓ *Air service agreement* (acord aerian) – acord guvernamental privind legăturile aeriene între două sau mai multe state.

Notă: acest acord se referă la stabilirea tarifelor, drepturile de trafic și rute, conform convenției de la Chicago (*air transport agreement*).

- ✓ *Feeding agreement* (acord de aport la trafic) – acord încheiat între două companii aeriene, adesea între o mare companie și o companie de transport regional, care permite celei dintâi să-și completeze umplerea prin intermediul celei de a doua.
- ✓ *Block-space agreement* – acord în termenii căruia o companie aeriană cumpără capacitatea de transport a unei alte companii aeriene, pentru a o revinde publicului.
- ✓ *O.K.* (acordat) – reprezintă acordarea unui loc liber pasagerului pe perioada rezervării sau a cumpărării unui bilet.
- ✓ *International airport* (aeroport internațional) – aeroportul pe care statul îl desemnează ca fiind aeroport de intrare / ieșire destinat traficului aerian internațional.
- ✓ *Charter* (afretare sau închiriere) – operațiune de transport aerian, în care capacitatea totală sau parțială a unei aeronave este închiriată de unul sau mai mulți afretatori (în număr limitat).
- ✓ *Pro-rata charter* (închiriere cu participare) – închiriere în termenii căreia închiriatorul revinde locurile pasagerilor eventuali sau în termenii căreia pasagerii eventuali, constituiți în grup, devin închiriatori.
- ✓ *Split-charter* (închiriere partajată) – închirierea unei aeronave de către mai mulți tour-operatori.
- ✓ *Part-charter* (închiriere parțială) – zbor regulat în care o parte a capacității (în locuri) a fost decomercializată în bloc de către o companie, în baza unui contract de închiriere.
- ✓ *I.A.T.A.* – Asociația Internațională a Transportului Aerian.
- ✓ *One-way* (călătorie dus sau întors) – traseu prin care se efectuează deplasarea dintr-un punct de plecare spre un punct de destinație.
- ✓ *Round-trip* (călătorie dus și întors) – rută prin care se efectuează plecarea dintr-un punct de origine către un punct de destinație și revenirea în punctul de origine.
- ✓ *Excess baggage* (bagaj excedentar) – o parte a bagajului care depășește greutatea admisă pentru un pasager prin reglementări și care este supusă unor taxe suplimentare.
- ✓ *Ticketing* – ansamblu de operațiuni privind concepția, emiterea și eliberarea biletelor.

- ✓ *Automated ticket and boarding pass* – titlu de transport automatizat, compus dintr-un bilet de transport şi o carte de îmbarcare şi care cuprinde datele privind condiţiile comerciale de transport.
- ✓ *Open date ticket* (bilet fără dată fixă) – titlu de transport ce permite pasagerului să-şi aleagă data călătoriei într-un timp admis.
- ✓ *Prepaid ticket* – titlu de transport plătit în avans.
- ✓ *Prepaid open ticket* – titlu de transport achitat de către pasager în avans şi care-i permite acestuia să fixeze când doreşte data călătoriei menţionate pe tichet.
- ✓ *Seat-block* (bloc-siege) – contingent de locuri închiriate de o companie aeriană unui tour-operator.
- ✓ *Duty free shop* (magazin scutit de taxe) – punct comercial în care sunt expuse spre vânzare mărfuri ce nu sunt supuse aplicării de taxe.
- ✓ *Check-in* (înregistrare) – procedură constând în primirea pasagerului la plecare şi recepţionarea bagajelor; pe baza titlului de transport pasagerul primeşte o carte de îmbarcare.
- ✓ *Frequent-flyer programme* (program de fidelitate) – atribuire gratuită de călătorii pentru pasagerii care au atins un anumit număr predeterminat de kilometri parcurşi.
- ✓ *Computer reservation system* (sistem computerizat de rezervare) – sistem informatizat conţinând informaţii referitoare la orarii, locuri disponibile, tarife şi servicii conexe, prin intermediul căruia pot fi eliberate bilete.
- ✓ *Combined rail-air trip* (călătorie cu mijloace de transport combinate) – călătorie în care sunt implicate mai multe parcursuri, efectuate atât pe calea ferată, cât şi cu mijloacele de transport aerian.

(sursa: Pascal Cambournac – *Dictionnaire du transport aèrien*, ITA, Paris, 1993)

BCU IAŞI/CENTRU DE RESURSE

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

4

Servicii de cazare şi masă

4.1. Cazarea

Cazarea, ca şi transporturile, se încadrează în categoria componentelor de bază ale pachetului de servicii, putând fi valorificată – în aceeaşi măsură – şi ca serviciu separat.

Gradul de confort al structurilor de cazare este instituit pe plan internaţional în baza unei clasificări definite convenţional fie prin număr de stele, fie prin alte însemne atribuite de organismele abilitate (număr de spice, de flori ş.a.m.d.).

Organismele care atestă categoria fiecărui spaţiu de cazare sunt diferite de la ţară la ţară. În Franţa, spre exemplu, prin descentralizare, prefecturile au fost împuternicite să desfăşoare procedurile de omologare şi clasificare a spaţiilor.

În Franţa, normele de licenţiere a spaţiilor se aplică prin acordarea unei perioade de graţie de cinci sau zece ani, timp necesar deţinătorilor de structuri de cazare pentru a executa lucrări de creştere a gradului de confort. În plan local sau regional, există şi structuri de cazare care funcţionează în sistem neclasificat.

În plan operaţional, atât pentru tour-operator, cât şi pentru agentul de turism, este strict obligatorie cunoaşterea a două aspecte: primul se referă la cunoaşterea dotărilor (a criteriilor) necesare pentru clasificarea fiecărei categorii, iar al doilea se referă la terminologia adoptată pe plan internaţional şi la regulile convenite cu partenerul de contract.

În ceea ce priveşte primul aspect, **criteriile adoptate** pentru clasificarea cazării în Franţa pot fi rezumate după cum urmează:

- Un hotel clasificat cu **două stele** trebuie să dispună de:
  - ✓ cel puţin şapte camere cu suprafeţe între 8 şi 14 m^2;
  - ✓ lift pentru clădirile cu mai mult de 4 etaje;
  - ✓ 40% din numărul de camere echipate cu grupuri sanitare;
  - ✓ fiecare cameră cu linie telefonică;
  - ✓ personal cunoscător a cel puţin o limbă străină (recepţioneri, ospătari, barmani, cameriste);

- Un hotel clasificat cu **patru stele lux** corespunde, în anumite privințe, unei categorii de **cinci stele** și trebuie să dispună de:
  - ✓ cel puțin zece camere cu suprafețe cuprinse între 10 și 19 m^2, din care 5% să fie apartamente;
  - ✓ grup sanitar cu duș sau cadă pentru toate camerele;
  - ✓ două ascensoare, în mod obligatoriu.

Structurile din lanțurile hoteliere integrate au standarde proprii de calitate, impuse de sistemul respectiv pentru toată rețeaua aparținând aceleiași mărci.

Referitor la cel de-al doilea aspect, privitor la **terminologia utilizată** în limba engleză în relațiile comerciale și de operare între parteneri, menționăm următoarele categorii:

single – cameră cu un pat, pentru o persoană;
twin – cameră cu două paturi single, pentru două persoane;
double – cameră cu un pat matrimonial (dublu), pentru două persoane;
twin double – cameră cu două paturi duble, pentru două, trei sau patru persoane;
suite – apartament format dintr-o cameră de zi și unul sau mai multe dormitoare;
duplex – două apartamente conectate între ele;
european plan (EP) – serviciu turistic format numai din cazare.

4.1.1. Franciza în industria hotelieră

Structurile de primire turistică pot funcționa atât independent, cât și grupate în rețele sau lanțuri hoteliere.

Structurile hoteliere integrate în lanțuri pot fi voluntare (cum sunt, de pildă, lanțurile Logis și Hexagon) sau integrate în sisteme manageriale ori de franciză (precum Holiday Inn, Accor, Sheraton, Ramada, Marriott, Quality, Hilton).

Sistemul de franciză s-a dovedit a fi viabil în special pentru că asigură drepturi și obligații ambelor părți contractante (proprietarului sistemului și aderentului) și pentru că instituie implicarea conjugată a părților în sistemul de operare și derulare a acestei activități.

Ca și în alte sectoare, autorul (proprietarul) francizei hoteliere pune la dispoziția aderentului o anumită marcă, cu caracteristici și tehnologii proprii, standardizate.

Extinderea lanțului are la bază un mecanism care stimulează interesul partenerilor pentru acest sistem și care vizează atât imaginea proprietarului francizei, cât și sistemul global de promovare și rezervare. Acordarea dreptului de utilizare a imaginii și a sistemului global se reflectă economic în procentele din cifra de afaceri sau în suma forfetară pe care cumpărătorul licenței trebuie să o transfere francizorului. Exemple de lanțuri integrate într-un sistem de franciză sunt numeroase. Însă noi am considerat oportun a prezenta o rețea care s-a dezvoltat în strânsă legătură cu transportul auto.

Exemplu practic: Lanţul hotelier Best Western

Evoluţia călătoriilor turistice cu automobilul a atras după sine creşterea activităţii hoteliere în reţeaua Best Western, dezvoltându-se astfel marele lanţ care poartă acest nume şi care funcţionează, la fel ca şi în cazul transportului auto, în sistem de franciză.

Astfel, în 1946, hotelierul californian M.K. Guertin a fondat Best Western Motels, devenind, în timp, proprietarul a 66 de structuri moteliere, ale căror costuri de publicitate se repartizau pe întreaga reţea. Clientela era îndrumată de la un motel la altul, în cadrul propriei reţele.

Această industrie a motelurilor s-a dezvoltat în strânsă legătură cu călătoriile în care sunt utilizate mijloacele de transport auto.

Pentru a promova aceste călătorii în rândul consumatorilor, Best Western difuzează – prin reţeaua de distribuţie a carburanţilor şi prin camerele de comerţ – milioane de exemplare de ghiduri turistice, în care sunt prezentate hotelurile din reţeaua Best Western şi centrele de închiriere auto Hertz, ambele firme funcţionând în sistem de franciză şi fiind legate printr-o strânsă colaborare.

În 1966, când Best Western şi-a stabilit sediul în Phoenix – Arizona, hotelurile situate la est de Râul Mississippi (cunoscute sub numele de Best Eastern), au fost integrate reţelei Best Western, lărgind astfel reţeaua hotelieră iniţială.

După 1970, odată cu dezvoltarea transporturilor aeriene, lanţul Best Western s-a răspândit în toată lumea, nu numai de-a lungul rutelor auto, ci şi în centrul oraşelor, în apropierea aeroporturilor sau chiar în interiorul satelor de vacanţă sau parcurilor de distracţii.

Best Western a continuat să evolueze în plan internaţional, construind noi structuri de cazare în Canada, Europa, Mexic, Australia, Noua Zeelandă şi România, perfecţionându-şi infrastructura sistemului de rezervare în toată lumea, astfel încât acesta să funcţioneze 24 de ore din 24.

Majoritatea hotelurilor din lanţ sunt clasificate cu trei stele, raportul dintre calitate şi preţ fiind unul dintre factorii care conferă viabilitate şi longevitate sistemului.

4.1.2. Reguli instaurate în practica operaţională, între hotel şi agentul de turism

- ✓ Tarifele maximale practicate de hotelier (deci, tarifele afişate – *rack-rate*) se aplică tuturor vânzătorilor cărora li se cedează comisionul convenit;
- ✓ Tarifele confidenţiale au o bază de decontare şi facilităţi convenite cu partenerii;
- ✓ Cererile de rezervare sunt confirmate, de regulă, în maximum 48 de ore;

- ✓ Anulările implică reguli legate de un anume termen, consecințele depășirii acestuia trebuind aduse la cunoștința operatorului de turism;
- ✓ Camera de hotel trebuie să fie disponibilă pentru turist nu mai târziu de ora 14.00 în ziua sosirii, rezervarea rămânând valabilă până cel târziu la ora 18.00 în aceeași zi (cu excepția cazului în care rezervarea este garantată sau o întârziere a sosirii a fost comunicată (*late arrival*); camera trebuie eliberată de client, de regulă, în ziua în care expiră rezervarea, nu mai târziu de ora 12.00, dacă nu s-a convenit altfel.

Notă: Regulile suportă modificări periodice sau sunt adaptate unor norme recomandate de autoritatea în drept.

4.1.3. Cazarea în locuințe particulare

Cazarea în locuințe aparținând sectorului particular este o structură agreată, care s-a impus și răspândit în țările receptoare de turiști. Pentru cunoașterea funcționalității acestei structuri de primire turistică în țări cu circulație turistică dezvoltată am făcut o deplasare în Franța, rezultatele investigației efectuate fiind prezentate în cele ce urmează.

Studiu de caz: *Gite*-ul turistic în Franța

Descriere

Gite-urile sunt structuri de primire turistică apărute în Franța, în cadrul formulei de vacanță cunoscută sub numele de **turism verde**, cazarea fiind făcută în locuințe, ferme și hoteluri din mediul rural.

În cadrul acestei formule funcționează mai multe **structuri**, și anume:

- Camping la fermă: situat în apropierea unei ferme (gospodării țărănești), terenul prevăzut pentru instalarea caravanei are o capacitate de primire pentru circa 20 de persoane.
- *Gite* de escală (*Gite d'Etape*): *gite*-ul de escală sau de etapă este destinat primirii turiștilor care practică drumeția și care doresc să facă o scurtă oprire în cadrul itinerarului pe care-l au de parcurs.
- Vile *loisir*: într-un cadru natural atractiv sunt amenajate între 3 și 25 de vile a circa 6 locuri de primire fiecare, locații în care au fost dispuse mijloace de petrecere a timpului liber (pescuit, ciclism, tir cu arcul ș.a.m.d.).
- Camere de oaspeți: camera de oaspeți oferă cazare și mic dejun specific zonei, pentru una sau mai multe nopți.
- *Gite*-ul pentru copii: în perioada vacanțelor școlare, reședințelor turistice care au fost incluse în această formulă de vacanță le sunt repartizați turiști de vârste mici (un număr de până la 11 copii maximum), pe care îi găzduiesc pentru petrecerea timpului lor liber în mijlocul naturii.

- Ferme de sejur: situate în zone de exploatare agricolă, fermele de sejur oferă cazare, masă şi diferite formule de agrement şi destindere în natură.
- Camping în ferme de primire: fermierii pun la dispoziţia turiştilor spaţii de cazare şi terenuri special amenajate, fiind practicate diferite formule de vacanţă (un sfârşit de săptămână sau un sejur), în cadrul cărora turiştii pot descoperi modul de viaţă al agricultorilor, produsele fermei respective putând fi – de cele mai multe ori – cumpărate pe loc.
- Ferme ecvestre: oferă celor interesaţi iniţiere în acest sport, închiriere de cai şi ponei, plimbări călare pe diferite trasee şi circuite etc.).
- Fermă - han: este recomandată pentru descoperirea gastronomiei locale şi pentru produsele proaspete provenite din gospodăria proprie.

Organizarea şi dotările gite-ului rural în Franţa

- *Gite*-ul rural este o casă de locuit independentă, amenajată în stil arhitectonic tradiţional şi situată în localităţi rurale aflate în proximitatea unor zone atractive (mare, munte sau alte zone geografice de interes turistic).

Produsele şi serviciile oferite de *gite*-uri sunt garantate printr-o etichetă sau un însemn care exprimă calitatea şi prin norme obligatorii precis stabilite prin standarde. Însemnele corespund unui clasament de la unu la patru spice (*epis*).

- *Gite*-urile clasificate cu **1 spic**, dispun de: mediu înconjurător favorabil turismului, având parcare în apropiere; echipament electro-menajer (aragaz pentru pregătirea mesei, cuptor, oală cu presiune, frigider, veselă şi alte ustensile necesare în gospodărie).

În plus, *gite*-ul clasificat cu un spic dispune şi de: spaţiu exterior, salon de grădină, rotisor sau minicuptor, plită de coacere, ustensile de menaj, produse de curăţat, fier de călcat, maşină de spălat, cafetieră electrică.

În funcţie de numărul de spice acordat prin clasificare, *gite*-urile dispun de următoarele dotări în plus faţă de categoria imediat inferioară:

- **2 spice**: teren sau terasă-balcon cu masă şi fotolii de grădină; spaţiu pentru destindere.
- **2 spice NN**: grătar, maşină de spălat, mixer, cafetieră electrică, antenă TV.
- **3 spice**: teren amenajat într-un cadru agreabil; bucătărie amenajată cu toate utilităţile; hotă aspirantă; priză TV şi o maşină de spălat.
- **3 spice NN** dispun în plus de: acces independent şi grădină, 2 grupuri sanitare pentru minimum 7 persoane, maşină de spălat veselă pentru minimum 5 persoane, televizor color, serviciu de menaj la comandă.
- **4 spice**, dispun în plus de: casă individuală dotată obligatoriu cu grădină închisă, garaj sau parcare; lenjerie de casă; maşină de spălat veselă, televizor color, telefon.
- **4 spice NN** dispun, în plus, de: casă specifică cu decoraţiuni interioare de mare calitate, şemineu sau sobă cu lemne, cuptor cu microunde, frigider compartimentat, uscător de lenjerie pentru minimum 6 persoane.

De regulă, schimbarea seriilor de turişti are loc sâmbăta, înainte de orele 10.00 – pentru plecare şi după orele 12.00 – pentru sosire.

Pentru evitarea eventualelor probleme, turiştii sunt sfătuiţi să solicite la sosire inventarul locuinţei, având în vedere că, în unele cazuri, proprietarul condiţionează cazarea de depunerea unei garanţii fixate pentru cazurile în care bunurile acestuia sunt deteriorate sau distruse.

În cazul sosirilor cu întârziere este necesară informarea proprietarului înainte de orele 16.00 ale zilei în care sunt aşteptaţi turiştii.

Dacă apar eventuale reclamaţii, acestea se formulează în cel mult trei zile de la sosire şi se depun la Departamentul *Gite*-urilor rurale.

La stabilirea tarifului de închiriere se are în vedere şi includerea contravalorii furnizării a 8 kw pe zi de electricitate, costul apei reci şi al unei butelii de gaz pentru 2 săptămâni de utilizare. Cheltuielile de încălzire, în general, nu sunt cuprinse în tarif.

Pentru a acoperi o parte din riscurile călătoriei, turistului îi este recomandat să dispună de o asigurare de răspundere civilă.

Catalogul gite-*ului*

Introducerea *gite*-ului într-un catalog destinat vânzătorilor are scopul de a asigura informaţiile necesare turiştilor. În catalog sunt incluse date care se referă la numărul *gite*-ului, situarea sa în teritoriu, clasificarea (pe spice), capacitatea de primire (numărul de persoane ce pot fi găzduite), adresa şi numele proprietarului, tarifele practicate, fotografia locuinţei şi organizatorul sau agentul de turism prin care se efectuează rezervarea. Facilităţile oferite turiştilor sunt redate prin pictograme, aşa cum se poate vedea din exemplul redat în fig. 4.1. (extras).

Procedura de închiriere

a) Închirierea directă prin contract

Dacă turistul doreşte un contract direct cu proprietarul, trebuie să trimită o scrisoare de intenţie sau să telefoneze, de obicei în timpul orelor de servirea mesei.

Dacă *gite*-ul nu este liber, proprietarul transmite turistului informaţii cu privire la posibilităţile de cazare din apropierea *gite*-ului.

După acordul verbal, proprietarul transmite turistului contractul de închiriere în două exemplare şi fişa tehnică, acte ce vor fi retransmise de către turist după semnare, împreună cu cecul reprezentând un aconto. Dacă retransmiterea contractului nu se face într-un termen de 8 zile de la data expedierii, acesta va fi considerat nul.

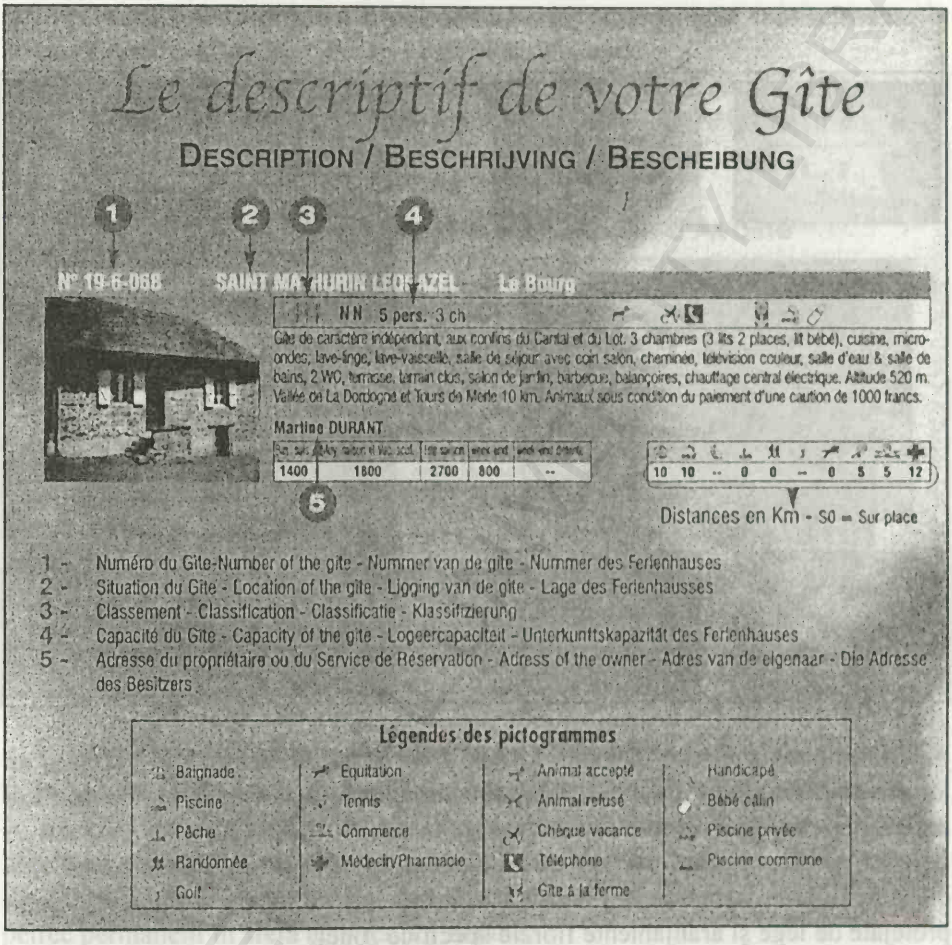
b) Închirierea prin telefon direct adresat proprietarului *gite*-ului

Pentru această variantă, turistul are la dispoziţie un termen de 24 de ore, timp în care trebuie să dea un răspuns proprietarului.

c) Închirierea prin oficiul de rezervare din zona turistică respectivă

În acest caz, turistul primeşte pe loc informaţii privind *gite*-urile disponibile. Ulterior, se derulează etapele prezentate la punctul a).

Fig. 4.1. Pagină de catalog pentru un *gite* turistic



Spre exemplu, Oficiul de Rezervare Loisirs – Accueil - Corrèze este membru al Federatiei Naţionale a Oficiilor de Rezervare Loisirs - Accueil (FNSRLA), care cuprinde 59 de birouri de rezervare din Franţa, asigurând comercializarea spaţiilor de cazare şi a produselor turistice (golf, pescuit, echitaţie etc.).

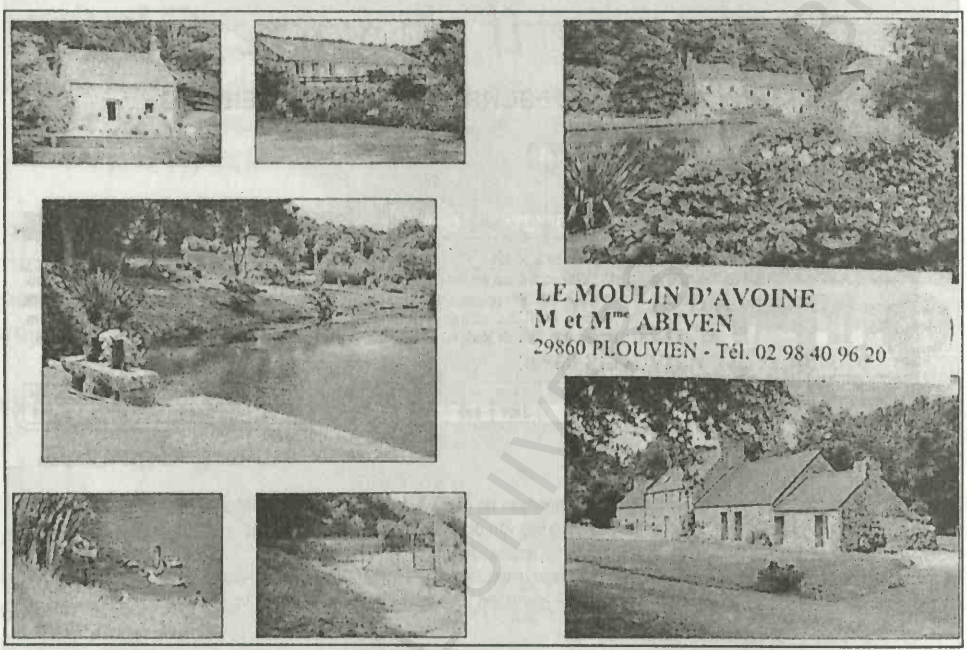
Exemplu practic: *Gite*-ul Moulin d'Avoine

Moulin d'Avoine este denumirea unei proprietăţi aparţinând familiei Abiven, proprietate formată din patru *gite*-uri incluse în Gites de France, aşa cum apare inscripţionat la intrarea în incinta *gite*-ului.

În catalogul intitulat „Finistère – 1150 de porti deschise pentru vacanţa noastră", cele patru *gite*-uri aparţinând structurii Moulin d'Avoine apar clasificate cu două spice, fiind amplasate în comuna Plouvien din Bretania, la 17 km de

Brest şi la 8 km de plaja oceanului, în aşa-numita zonă *Aber** *Benoit*, într-un cadru natural atractiv, aşa cum se poate vedea în ilustrația din fig. 4.2.

Fig. 4.2. *Gite*-ul Moulin d'Avoine



Cadrul natural al *gite*-ului este format dintr-o pădure de circa un hectar şi un lac creat prin devierea unui braț al râului care alimenta, în trecut, moara (aceasta a fost construită şi a început să funcționeze în anul 1615). Lacul a fost populat cu păstrăvi şi rațe şi este utilizat de turişti pentru pescuit. Amplasamentul mai dispune şi de un teren pentru tenis de câmp, o sală de jocuri, un parc cu specii protejate de lege şi aranjamente florale specifice zonei.

Obiectivele turistice existente în apropierea *gite*-ului sunt:

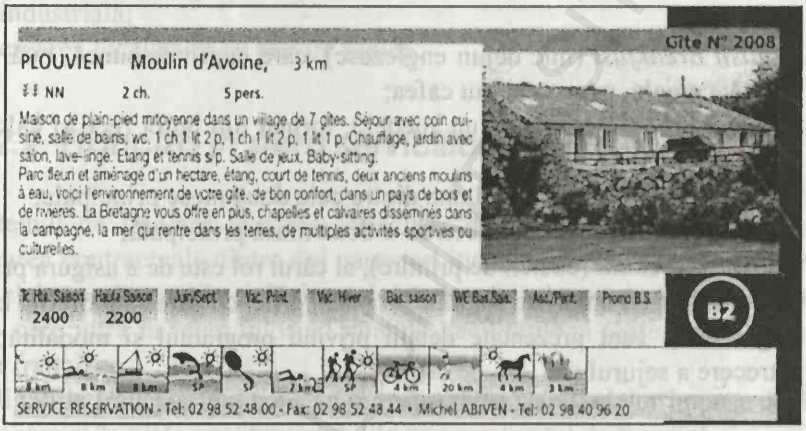
- ✓ biserica parohială din Plouvien, în incinta căreia se află un mormânt din granit datând din anul 1555;
- ✓ capela St. Jacques, aflată la o distanță de 500 m de Plouvien, construită în sec. XVI;
- ✓ o fântână din sec. XVII;
- ✓ capela St. Jean Balanant, datând din sec. XV.

* *Aber*: termen de proveniență celtică, semnificând un tip de relief întâlnit pe coasta Bretaniei, respectiv un estuar profund, dispus într-un spațiu cu țărmuri pitoreşti şi aspect neregulat, invadate ciclic de maree.

Gite-urile acestei familii sunt introduse în circuitul turistic internaţional şi exploatate numai în lunile iulie–august, în restul anului fiind închiriate unor persoane care-şi au locul de muncă în zonă. Înzestrate cu mobilier de cea mai bună calitate, bucătărie proprie şi aparatură casnică, *gite*-urile sunt introduse în circuitul turistic cu sosiri / plecări în zilele de sâmbătă.

Toate activităţile legate de sejurul turiştilor sunt desfăşurate de două persoane (proprietarul şi soţia sa). În fig. 4.3. este redat unul dintre cele patru *gite*-uri menţionate, aşa cum apare prezentat în catalog:

Fig. 4.3. Unul dintre *gite*-urile Moulin d'Avoine



După mărturisirile proprietarului cele patru *gite*-uri au fost achiziţionate cu credite, proprietarul fiind scutit de plata impozitelor până la achitarea integrală a acestora.

Pe scurt, aceasta este istoria unei familii bretone care a schimbat tradiţionala îndeletnicire de fermieri cu cea de prestatori de servicii în domeniul turismului, fiind determinaţi să facă această schimbare de profesie datorită mutaţiilor ce se petrec permanent în sfera activităţilor umane.

Notă: Atunci când pe un traseu turistic se întâlnesc plăcuţe cu menţiunea *bed & breakfast*, acestea se referă la o formulă de cazare practicată în locuinţe particulare, care oferă servicii de cazare şi mic dejun, fiind răspândită, cu preponderenţă, în Anglia, Austria, Grecia sau Irlanda.

4.2. Masa

La fel ca şi serviciile de transport şi cazare, masa este încadrată în categoria componentelor de bază ale programului turistic şi, similar acestora, poate fi oferită şi ca serviciu separat.

Din gama categoriilor operaționale specifice acestui tip de serviciu enunțăm următoarele:

- ✓ *Full Pension* sau *American Plan* (AP) sau *Full Board*, toate acestea desemnând noțiunea de pensiune completă, care include cazare și trei mese pe zi (mic dejun, dejun și cină);
- ✓ *Half Pension* sau *Modified American Plan* (MAP) sau *Half Board*, ambele desemnând noțiunea de demipensiune, respectiv cazare plus mic dejun și cină sau cazare plus mic dejun și dejun (deci, alături de micul dejun, poate fi aleasă și una dintre cele două mese principale);
- ✓ *Continental Breakfast* (mic dejun de tip continental), incluzând servicii de masă al căror conținut este format din suc, pâine prăjită, croissant, ceai sau lapte, cafea;
- ✓ *English Breakfast* (mic dejun englezesc), care cuprinde șuncă, ouă, pâine prăjită, cereale, gem, ceai sau cafea;
- ✓ *Swedish Breakfast* (mic dejun suedez), format din bufet rece și cald, fără limită de consum;
- ✓ *Lunch* (dejun), reprezentând una dintre cele două mese principale;
- ✓ *Dinner* (cină), aceasta fiind cea de-a doua masă principală;
- ✓ *Welcome Cocktail* (cocteil de primire), al cărui rol este de a asigura primirea turiștilor într-un hotel sau stațiune turistică, prilej cu care sunt oferite băuturi și gustări și sunt prezentate detalii privind programul și modalitățile de petrecere a sejurului.

4.2.1. Piața mâncării

Este evident că, pe lângă preparatele tradiționale locale (regionale sau naționale), în oferta de preparate culinare a diferiților prestatori de servicii de alimentație apar în permanență meniuri care să răspundă cerințelor în schimbare ale turiștilor vizitatori, unele formule generalizându-se pe plan internațional.

Pentru cei interesați de istoria obiceiurilor alimentare ale popoarelor, scriitorul Pierre Coulevain descrie în cartea sa *Sur la Branche*, apărută la *Editura Calmann Levy* în 1903, felul în care s-a răspândit în Franța, la începutul secolului XX, celebrul *five o'clock*:

„Altădată parizienii, pe lângă prăjituri și sandwich-uri, gustau un pahar de vin din Spania la bistro-urile Gagé, La Couvillier sau la patiseria Madelaine. Acum (în anul 1903, n.n.) La Maison de thé (Casa Ceaiului, n.n.) face parte din instituțiile noastre, five o'clock-ul intrând în obiceiurile curente. Această mică evoluție, care nu este fără efect asupra moravurilor noastre, datează de circa 15 ani și își are originea pe strada Rivoli, într-un boutique cunoscut sub numele de Papetăria Concorde, administrată de doi englezi, frații Neal. Astfel, Parisul a văzut pentru prima oară o firmă purtând numele Afternoon tea, unde într-o papetărie se

servea ceai cu biscuiţi şi astfel, prin numărul mare al acestor ceaiuri, Parisul a depăşit Londra."

A făcut, de asemenea, epocă *five o'clock*-ul din incinta Hotelului Ritz – loc de întâlnire a elitelor pentru conversaţia de după amiază.

Perioada actuală propune şi alte formule. Astfel că şi în industria hotelieră piaţa mâncării şi a băuturii a cunoscut pe plan mondial performanţe, atât pe linia productivităţii serviciilor cât şi în sensul creşterii calităţii şi diversităţii acestora, dar şi prin:

- ✓ crearea unor meniuri standard;
- ✓ introducerea metodelor tehnice de aprovizionare şi organizare la scară industrială;
- ✓ crearea localurilor cu servire rapidă.

4.2.2. Franciza în sfera serviciilor de masă

Sistemul de franciză în sfera serviciilor de asigurare a mesei are la bază cooperarea contractuală dintre doi parteneri independenţi, respectiv un francizor – care elaborează regulile şi dă dreptul de a i se folosi numele (marca) şi un francizer – care intră în reţea folosind numele, facilităţile şi toate drepturile autorizate de francizor.

Obligaţiile francizerului constau în respectarea standardelor impuse de francizor, precum şi în plata unei taxe stabilite prin contractul de franciză.

Francizerii sunt, de regulă, întreprinzători independenţi cu drepturi de decizie, deci persoane fizice care au obţinut licenţa de operare, fiind interesaţi de afacerea lor personală, de aceea participarea investitorilor de capital nu este agreată de companie.

Francizerul îşi asumă responsabilitatea atât pentru profituri, cât şi pentru riscuri.

Exemplu practic: McDonald's

Succesul înregistrat în lume de compania McDonald's, fondată în 1954, cu o reţea actuală de circa 25.000 de restaurante (în continuă mişcare, după cum o arată evoluţiile şi involuţiile actuale prezentate în mass-media), răspândite în circa 117 ţări, a reprezentat pentru piaţa alimentaţiei publice un factor dinamizator. Noutatea s-a regăsit, în primul rând, în concepţia meniurilor şi în tehnologia de producţie. Timpul de servire a clienţilor s-a redus simţitor prin standardizarea modului de pregătire a produselor în bucătărie, lucru care a fost posibil datorită standardizării meniurilor. Consecinţa a fost nu doar servirea mai rapidă, ci şi reducerea preţurilor practicate pentru clienţi, în condiţiile în care calitatea produselor a crescut. Principiile care au stat la baza sistemului McDonald's se pot rezuma în patru termeni, după cum obişnuiesc să spună chiar reprezentanţii

firmei: QSC&V (*Quality* = calitate, *Service* = servicii, *Cleanness* = curățenie, *Value* = valoare).

Suportul sistemului McDonald's către francizeri vizează:

- ✓ pregătirea personalului;
- ✓ construcția, instalațiile (dotările necesare) și consultanța privind funcționalitatea restaurantelor;
- ✓ găsirea de locații favorabile și puncte strategice în vederea dezvoltării rețelei pe termen lung;
- ✓ aprovizionarea, respectiv, obținerea de materii prime de înaltă calitate într-un sistem centralizat (francizorul McDonald's nu se ocupă în mod direct de aprovizionare, ci îi sprijină pe întreprinzătorii francizeri prin recomandările făcute);
- ✓ marketingul, aderenții la sistem beneficiind de experiența bogată a francizorului.

Materiile prime utilizate în pregătirea meniurilor se referă la ingredientele de bază (carne de vită, carne de pui, chifle, salată, cartofi, produse lactate), furnizate de producători renumiți pe plan local sau internațional.

Standardele și specificațiile meniurilor sunt stabilite de francizor și făcute publice prin intermediul manualelor companiei.

Cel mai cunoscut produs McDonald's este produsul Big Mac, acesta fiind compus din:

- ✓ două felii de carne 100% de vită;
- ✓ salată;
- ✓ ceapă;
- ✓ castraveți murați;
- ✓ brânză;
- ✓ sos special Big Mac;
- ✓ chiflă cu semințe de susan;

Hamburger-ul și *cheeseburger*-ul sunt, de asemenea, produse clasice McDonald's, având la bază carnea de vită fără conservanți chimici.

Diversificarea meniului înseamnă introducerea în listă a unor antreuri, deserturi și o gamă mai largă de *sandwich*-uri care, deseori, respectă tradițiile culinare ale țării în care funcționează restaurantul.

Controlul întregului proces tehnologic asigură o calitate superioară tuturor produselor, în special datorită condiției impuse de francizor ca fiecare produs să poată fi păstrat la cald înainte de a fi servit clientului numai o anumită perioadă de timp care nu trebuie depășită. O altă condiție impusă este și cea care se referă la întreținerea permanentă a curățeniei în localuri.

5

Animația în turism

5.1. Loisir-ul

Ca noțiune, *loisir*-ul este o componentă a timpului liber, a cărui arie cuprinde:

- ✓ turismul;
- ✓ deplasările persoanelor;
- ✓ activitățile de sfârșit de săptămână.

Loisir-ul este o rezultantă a civilizației, a creșterii rolului individului în societate, a implementării în legislație și, implicit, în conștiința individuală și colectivă a drepturilor și libertăților individului și, nu în ultimul rând, a revalorizării timpului și a diversificării modalităților de consum.

În raport cu structura activităților umane, turismul se poate defini ca un ansamblu de funcțiuni economice care vizează satisfacerea cerințelor turistului.

Timpul liber este un concept care are în structura sa două laturi: una **pasivă** și alta **activă**, cea din urmă fiind din ce în ce mai mult apreciată, atât de turist, cât și de organizatorul de turism. Această apreciere a determinat introducerea – ca element distinctiv al programului turistic – a categoriei profesionale de **animatori**, menționată în ofertele și cataloagele de turism.

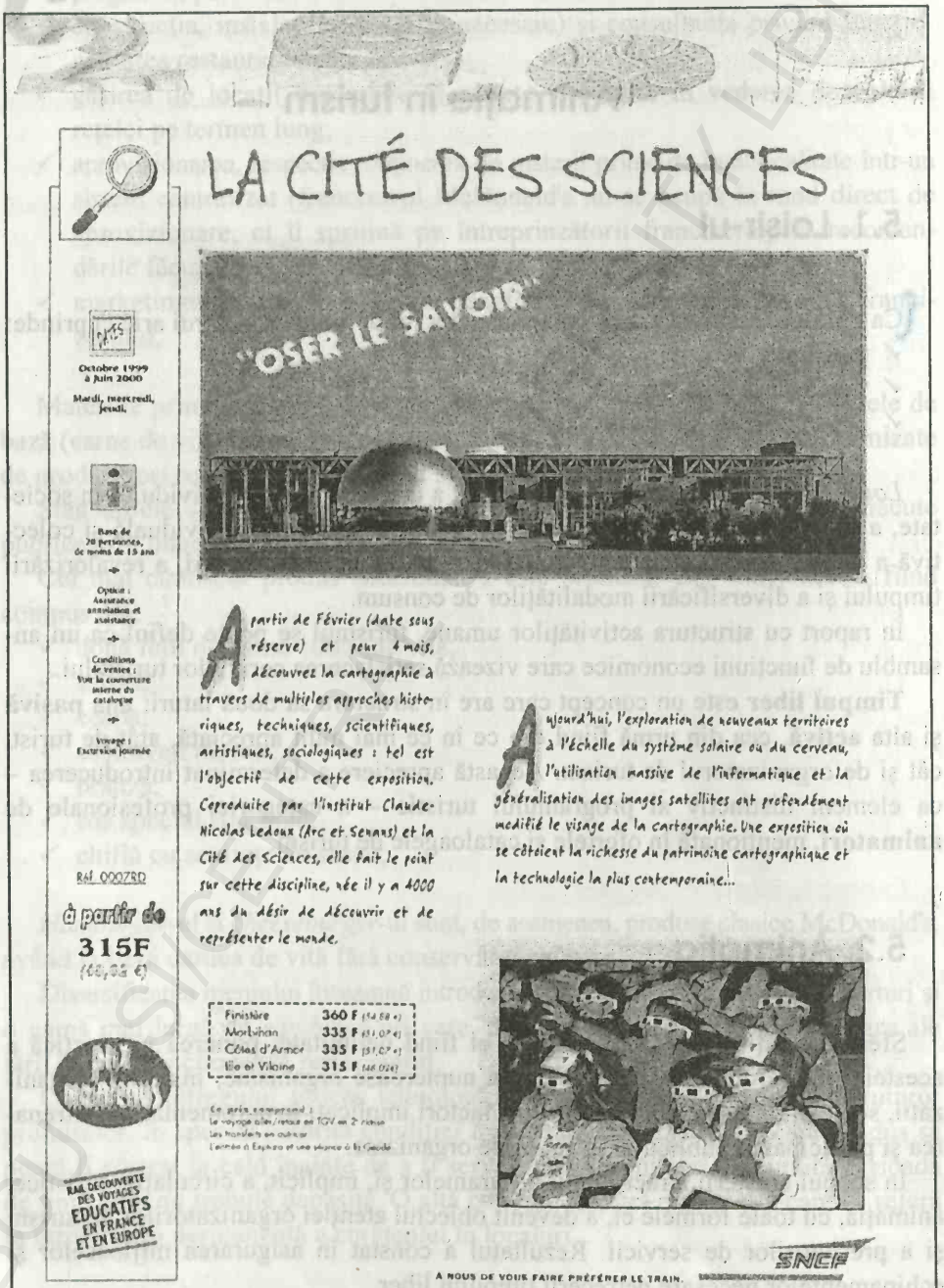
5.2. Animația

Sfera animației este vastă, sursele ei fiind nelimitate; punerea în practică a acesteia se exercită prin participarea a numeroase organisme, instituții, organizații, societăți, mass-media, și a acelor factori implicați în agrementarea, antrenarea și participarea publicului la acțiunile organizate.

În scopul creșterii atractivității programelor și, implicit, a circulației turistice, animația, cu toate formele ei, a devenit obiectul atenției organizatorilor de turism și a prestatorilor de servicii. Rezultatul a constat în asigurarea mijloacelor și echipamentelor necesare petrecerii timpului liber.

Pornind de la preferințele turiștilor, gama animației cuprinde multiple fațete: recreativă, religioasă, militantă, comercială, educativă, științifică ș.a.m.d.

Fig. 5.1. Pagină de catalog „Orașul științei"



À partir de Février (date sous réserve) et pour 4 mois, découvrez la cartographie à travers de multiples approches historiques, techniques, scientifiques, artistiques, sociologiques : tel est l'objectif de cette exposition. Coproduite par l'Institut Claude-Nicolas Ledoux (Arc et Senans) et la Cité des Sciences, elle fait le point sur cette discipline, née il y a 4000 ans du désir de découvrir et de représenter le monde.

Aujourd'hui, l'exploration de nouveaux territoires à l'échelle du système solaire ou du cerveau, l'utilisation massive de l'informatique et la généralisation des images satellites ont profondément modifié le visage de la cartographie. Une exposition où se côtoient la richesse du patrimoine cartographique et la technologie la plus contemporaine...

Pornind de la ideea că turistul este mai educat, cu mai mult discernământ, mai selectiv şi mai revendicativ, organizatorii produsului turistic au fost obligaţi să ţină seama de calitate, ridicând-o la standardele cele mai înalte, turiştii solicitând tot mai mult amuzament şi un conţinut al divertismentului tot mai bogat în plan cultural, ştiinţific, social şi profesional (fig. 5.1.).

5.2.1. Vacanţele active şi tematice

Considerând că până la începutul secolului al XX-lea se călătorea cu un scop precis, se apreciază că deplasările cu temă şi vacanţele active solicitate în prezent de turişti sunt forme vechi de turism (dacă ne referim la pelerinaje, călătorii pentru învăţarea unei limbi străine sau pentru perfecţionarea educaţiei, voiaje culturale, sociale, profesionale, practicarea sportului şi exemplele pot continua).

Noile stiluri de viaţă, însă, au influenţat implicit şi noile tipuri de vacanţă, acestea fiind impuse pe plan internaţional de dinamica şi particularităţile demografice, ideologia şi filozofia individuală sau de grup, progresele în domeniul transporturilor şi comunicaţiilor, de noile concepţii privind folosirea timpului liber, ca şi de raţiuni privind sănătatea şi condiţia fizică.

Astfel, noile tendinţe induc dorinţa de a participa la o activitate complexă, iar conştientizarea acestor noi curente generează elaborarea de noi produse turistice cu temă. E vorba de acele tipuri de vacanţe al căror conţinut include şi o activitate culturală, artizanală sau de plăcere, turismul cu temă fiind unul specializat. În acest context, participanţii au fie interese comune de călătorie, fie profesii comune ori aceleaşi *hobby*-uri şi interese de grup.

Noutatea pe care o prezintă acest tip de turism constă în faptul că, pe lângă componentele de bază ale programului turistic (transport, cazare, masă), se adaugă elementele de animaţie. Acestea permit, pe de o parte, integrarea turiştilor în mediul vizat şi, pe de altă parte, participarea lor concretă la viaţa socială şi culturală a mediului cu care iau contact.

Animaţia a devenit una din preocupările majore ale organizatorilor de turism, care au sesizat că investiţiile considerabile făcute în infrastructură şi amenajări turistice nu ajung să satisfacă pretenţiile tot mai ridicate ale turiştilor, acestea trebuind completate cu încă ceva de natură să-i incite şi să-i satisfacă.

5.2.2. Tipuri de vacanţe active

În cele ce urmează sunt redate, enunţiativ, câteva tipuri de vacanţe active (şi tematice), pentru ca cititorii să-şi poată face o imagine asupra preocupărilor în domeniu:

Grupa I – Mare şi plajă

✓ *Caiac-canoe:* în scopul iniţierii sau perfecţionării, plimbări pentru descoperirea litoralului, cunoaşterea mediilor acvatice;

- ✓ *Car cu velă:* pe nisip sau dune, în special pe malul mării;
- ✓ *Croaziere cu ambarcațiuni cu velă:* pentru învățarea sau perfecționarea cunoștințelor în domeniul navigației (trasee de navigație, reglarea velelor, securitatea circulației, operațiuni marinărești);
- ✓ *Planșă cu velă:* stagiu de inițiere cu utilizarea simulatoarelor, în scopul de a stăpâni planșa și principalele manevre pe vânturi de puterea a doua;
- ✓ *Scufundări submarine:* inițiere sau perfecționare în studierea fundurilor marine și pescuit subacvatic;
- ✓ *Salvare:* stagii de formare în operațiunile de salvare (salvamar);
- ✓ *Surf:* inițiere sau perfecționare, în condiții de cazare sau camping sălbatic pe plajă;
- ✓ *Talasoterapie și termalism marin*
- ✓ *Ambarcațiuni cu velă:* stagii de inițiere sau perfecționare în manevrarea ambarcațiunilor cu velă, inițiere în derularea croazierelor, școala mării, plimbări nautice și camping pe coastă.

Grupa a II-a – Sporturi și odihnă de iarnă și munte

- ✓ *Alpinism:* stagii de perfecționare în alpinism cu monitori calificați și atestați, cu cazare în corturi;
- ✓ *Dans pe gheață:* inițiere în acest sport, cu participare la concursuri;
- ✓ *Deltaplan:* inițiere pe pante cu slabă înclinație, instruire pentru decolări și viraje, aterizări pe pante cu diferite grade de înclinare;
- ✓ *Escaladări:* stagii de inițiere sau de perfecționare, la înălțimi medii sau mari.

Grupa a III-a – Natură și turism verde

- ✓ *Apicultură:* ucenicie în domeniul apiculturii;
- ✓ *Botanică:* studiul plantelor, excursii în zone cu floră variată;
- ✓ *Creșterea și dresajul animalelor:* inițiere și perfecționare în centre specializate;
- ✓ *Ferme:* vacanțe petrecute în ferme agricole și zootehnice, cu participarea la diverse activități de sezon și cu cazare în locuințe țărănești sau în sate turistice;
- ✓ *Grădinărit:* inițierea sau perfecționarea tehnicilor de cultivare a florilor și plantelor ornamentale;
- ✓ *Speologie:* inițiere în domeniu, expediții documentare pentru specialiști.

Grupa a IV-a – Viață socială și întâlniri

- ✓ *Centre sportive:* activități sportive sub supravegherea unor monitori (tenis de masă, tenis de câmp, badminton, patinaj, natație);
- ✓ *Sărbători:* organizarea unor excursii sau pelerinaje, cu ocazia diverselor manifestări tradiționale;
- ✓ *Festivaluri:* participarea la diferite festivaluri de muzică sau modă, concursuri de bridge, parade ale portului popular etc.

- ✓ *Paraşutism:* iniţiere sau perfecţionare în acest sport;
- ✓ *Condiţie fizică:* sejur centrat pe îmbunătăţirea condiţiei fizice (masaje, electroterapie, saună, piscină, săli gimnastică) şi pe alimentaţia dietetică;
- ✓ *Tir cu arcul sau arbaleta:* curs pentru asimilarea teoriei, exerciţii practice, participarea la competiţii;
- ✓ *Yoga:* stagiu de iniţiere în practicile uzuale.

Grupa a V-a – Cultură, artă, ştiinţă şi artizanat

- ✓ *Tabere de creaţie sau Academii de vară sau iarnă:* organizate pentru activităţi de desen, gravură, sculptură, muzică, teatru, chitară clasică sau modernă, dansuri, etc.
- ✓ *Antichităţi:* cursuri scurte privind istoria artei, evaluarea şi expertizarea obiectelor de artă, vizite la colecţionarii de obiecte de artă, anticari şi târguri de antichităţi;
- ✓ *Artă florală:* stagiu de învăţare a tehnicilor de realizare a aranjamentelor florale;
- ✓ *Bricolaj:* stagiu de învăţare a modului în care se fac diferitele reparaţii sau lucrări în gospodărie;
- ✓ *Broderie:* curs şi practică pentru învăţarea acestei ocupaţii.
- ✓ *Croitorie:* ore de teorie şi exerciţii practice;
- ✓ *Dansuri:* stagii de iniţiere sau specializare în dansuri populare, clasice sau moderne.
- ✓ *Gastronomie:* cursuri de învăţare a artei culinare;
- ✓ *Informatică:* stagii de iniţiere sau perfecţionare;
- ✓ *Marionete:* cursuri pentru confecţionarea marionetelor, învăţarea tehnicilor de montare şi realizare a unui spectacol.

Exemplu practic: Clubul de vacanţă

Superorganizarea de astăzi a sejurului îşi găseşte reflectarea în modalităţile conceptuale de petrecere a timpului liber în cluburile de vacanţă, modalităţi diferenţiate prin:

- ✓ tipologia staţiunii de turism;
- ✓ structura şi vârsta turiştilor, inclusiv a copiilor, care dispun de propriile lor cluburi.

Iată mai jos un exemplu de preocupare pentru superorganizarea sejurului (Spania): **Clubul Lookea Vista Bahia**. Structura clasificării cu 3 stele (accesibilă majorităţii turiştilor) oferă posibilitatea practicării multor activităţi: gimnastică acvatică şi aerobică, tir cu arcul, volei, mini-fotbal, baschet, ping-pong, spectacole diverse, seri tematice, seri de cabaret şi alte activităţi conduse de echipe competente de animatori şi monitori.

Mini-cluburile pentru copii între 4 şi 16 ani asigură servirea meselor separat de cele ale adulţilor.

Accor Tour oferă prin cluburile sale, **Coralia**, animatori specializați și echipamente care permit turiștilor inițierea în scufundări marine, pentru descoperirea frumuseților subacvatice (roci, grote, canioane, corali, floră și faună marină).

Clubul Fram, răspunzând exigențelor, plăcerilor și necesităților clienților săi, propune programe care constituie: destinderi în familie, escapade amoroase, sărbători nocturne, circuite cu însoțitori.

Club Mediteranée își începe istoria în 1965, în Maroc, devenind astăzi un gigant cu infrastructuri specifice unei concepții proprii de petrecere a vacanțelor într-un cadru idilic. Clubul are la bază un nou sistem, egalitarist, în care se asigură toate serviciile în regim unic pentru toți turiștii, adică fără diferență de clasă. Ulterior, concepția proprie a evoluat pe linia creșterii confortului în bungalow-uri sau hoteluri, satul turistic devenind un loc cu circuit închis, destinat numai propriei clientele, cu programe de animație special oferite pentru turiștii cazați în club.

Tour-operatorul Jet Tours, specializat în vacanțe, propune turiștilor rețeaua **Clubul Eldorador**. Acesta are ca principiu – după cum singur se prezintă – „descoperirea", însemnând includerea zilnică, în programul de animație, a unui eveniment sau a unei activități legate de țara în care se desfășoară sejurul.

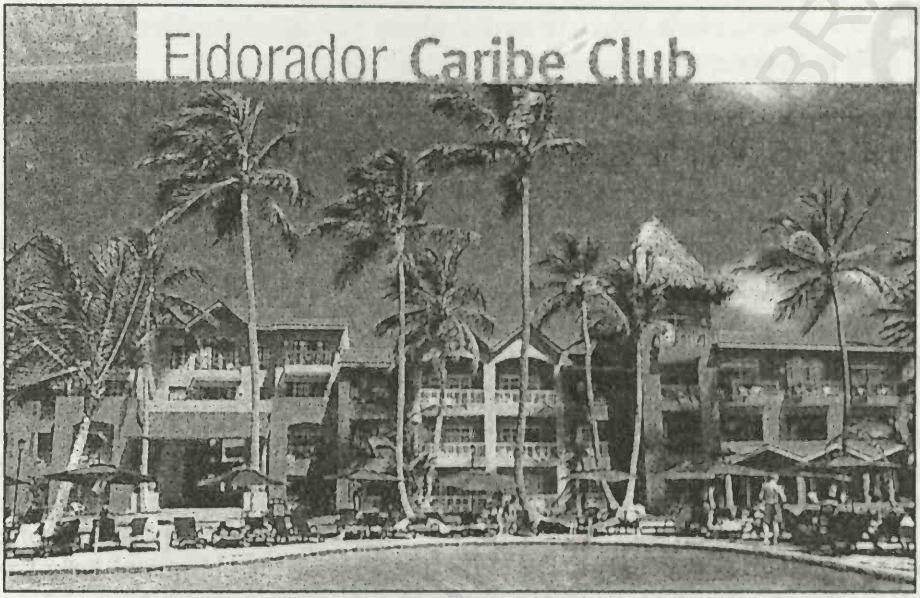
Preocuparea creatorilor de programe de animație vizează familiarizarea turiștilor cu obiceiurile specifice, tradițiile și cultura țării vizitate, conform unui program desfășurat de-a lungul întregului sejur.

Pentru inițierea turiștilor sunt propuse:

- ✓ Cursuri de limbă (într-un cadru specific turiștii învață primele noțiuni de limbă, esențiale pentru comunicare);
- ✓ Dansuri specifice țării vizitate;
- ✓ Arta prelucrării lemnului;
- ✓ Ritualul legat de narghilea (obiceiuri orientale cu ceai, cafea, jocuri de cărți, domino etc.);
- ✓ Rituri și plăceri legate de obiceiurile unei anume zone;
- ✓ Drumeții pe jos sau cu biciclete, cai ori pirogi;
- ✓ Excursii destinate cunoașterii țării vizitate;
- ✓ Zile și seri folclorice (jocuri, seri animate, spectacole);
- ✓ Demonstrații culinare.

Caribe Club (Republica Dominicană) este un club aparținând lanțului hotelier Hodelpa, fiind situat într-un cadru cu vegetație tropicală, pe plaja de la Punta Cana scăldată de Marea Antilelor (fig 5.2.). Turiștii vin în acest sat cu străzi înguste pe calea aerului și sunt așteptați de personaje ale trecutului răspândite în acest spațiu.

Fig. 5.2. Clubul de vacanţă Caribe Club



Cazarea turiştilor în Caribe Club este asigurată prin cele 355 de camere amenajate în stil creol.

Restaurantul principal, Higüero, asigură servirea meselor sub formă de bufete variate, iar celelalte patru restaurante oferă specialităţi în stil dominican, italian, mexican sau chinezesc, în formula „totul inclus" timp de 24 de ore din 24. La dispoziţia turiştilor sunt puse servicii de estetică şi masaje, magazine, salon de coafură, spălătorie, cabinet medical, precum şi o mică capelă.

Activităţile de animaţie sunt asigurate prin:

- ✓ piscină cu jacuzzi, bazin pentru copii, plaje echipate cu umbrele;
- ✓ trei terenuri de tenis;
- ✓ bază nautică pentru ambarcaţiuni cu planşe, caiac, măşti cu tuburi;
- ✓ centru de refacere fizică, cu aparatura necesară şi saună.

Echipele de animatori asigură activităţi variate de iniţiere în tenis, tir cu arcul, plonjări submarine, gimnastică acvatică şi aerobică, volei pe plajă, polo, turnee sportive de ping-pong etc. Seara, echipa de animaţie invită turiştii la divertisment în stil tropical, spectacole, dans şi discotecă.

Pentru copii între 4 şi 12 ani, **Clubul Mini Eldo** asigură programe adaptate vârstei: jocuri de piscină în bazinul rezervat copiilor, jocuri pe plajă, ateliere pentru lucru manual, iniţieri în sporturi, participări la spectacole.

Pentru tinerii între 12 şi 17 ani, **Clubul Ado Eldo** oferă pe timpul vacanţelor şcolare numeroase programe de divertisment, de genul turneelor sportive sau al jocurilor de societate propriii fiecărei vârste.

BCU ASICENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

6

Asigurarea

6.1. Descriere

Asigurarea turistului pe perioada efectuării călătoriei turistice a devenit, în practica elaborării produsului, încă un element component al pachetului de servicii. Asigurarea are în unele cazuri caracter obligatoriu – pentru anumite tipuri de asigurare impuse de legislația țării vizitate, sau caracter facultativ – când vizitatorul dorește el însuși să călătorească în siguranță, evitând anumite riscuri ce ar putea să apară pe durata deplasării.

Luând în considerare aceste aspecte, oferta societăților de asigurare se adresează în mod diferit segmentelor de clienți potențiali, în funcție de necesitățile concrete de protecție care se impun sau pe care le solicită fiecare turist. În consecință, turistul are posibilitatea să opteze pentru una dintre variantele de asigurare, achitând prima de asigurare.

Pe durata călătoriei turistice, prima de asigurare acoperă:

- ✓ programul ales de asigurat (situațiile pentru care se face asigurarea);
- ✓ suma asigurată.

În funcție de segmentele de clienți potențiali, asigurarea se adresează, în principal, următoarelor **categorii**:

- ✓ persoanelor care călătoresc în străinătate, pe cont propriu (în grupuri familiale, inclusiv cu copii) sau în mod organizat (prin agențiile de turism);
- ✓ persoanelor care se deplasează în străinătate, cu scopul de a presta anumite activități lucrative;
- ✓ sportivilor care participă la competiții internaționale sau la antrenamente în perioadele pre- și post-competiționale;
- ✓ oamenilor de afaceri.

6.2. Asigurarea medicală

Cel mai frecvent tip de asigurare solicitat este asigurarea medicală.

Prin asigurarea medicală sunt acoperite cheltuielile de tratament în cazul diferitelor boli sau accidente, ca și repatrierea asiguraților aflați în imposibilitatea de

a-şi continua călătoria, precum şi alte cheltuielile, în funcție de programul de asigurare ales şi de suma asigurată.

Persoanele care doresc să se asigure pe durata călătoriei în străinătate au la dispoziție diverse oferte, prin intermediul cărora sunt acoperite diferite **categorii de cheltuieli**, precum:

- ✓ vizite medicale, medicamente, spitalizare;
- ✓ transportul cu salvarea până la cel mai apropiat spital;
- ✓ repatrierea corpului neînsufleţit, în cazul decesului asiguratului;
- ✓ tratament stomatologic de urgență;
- ✓ vizitarea asiguratului spitalizat pe o perioadă mai lungă de 10 zile de către o rudă apropiată (soţ, soție, părinte, copil);
- ✓ repatrierea asiguratului în cazul decesului unei rude apropiate (soţ, soție, părinte, copil);
- ✓ repatrierea copiilor în cazul în care asiguratul este spitalizat şi nu există o altă persoană care să îi îngrijească;
- ✓ transportul şi returnarea bagajelor pierdute sau abandonate;
- ✓ transmiterea de mesaje urgente;
- ✓ acordarea de asistență în vederea înlocuirii documentelor pierdute sau deteriorate ca urmare a accidentării sau îmbolnăvirii asiguratului.

6.3. Carte Verde

Carte Verde este o asigurare de răspundere civilă pentru autovehicule şi are valabilitate în afara teritoriului pe care este înmatriculat autovehiculul.

Perioada pentru care se eliberează asigurarea, modelul, precum şi modalitatea de completare a documentului internațional eliberat, gestionarea şi lichidarea daunelor sunt stabilite prin Convenția Internațională Carte Verde, care îndeplineşte dispozițiile Recomandării adoptate de Comitetul permanent de lucru pentru transporturi rutiere al Comitetului pentru transporturi interioare a Comisiei Economice ONU pentru Europa.

Comitetul permanent de lucru pentru transporturi rutiere împreună cu Consiliul Birourilor – care este format din totalitatea birourilor naționale – sunt ambele răspunzătoare de conducerea şi buna funcționare a sistemului Carte Verde.

Acest tip de asigurare acoperă răspunderea asiguratului pentru pagubele provocate unor terțe persoane, ca urmare a unui accident rutier (distrugerea sau avarierea altor autovehicule, a unor bunuri, ori vătămări corporale şi chiar decese).

Asigurarea poate fi încheiată numai pentru autovehicule, fie că sunt deținute de persoane juridice, fie că aparțin unor persoane fizice.

Posesorul unei astfel de asigurări este tratat în străinătate ca orice cetățean din țara respectivă, fiind asigurat pentru răspundere civilă, iar în cazul producerii unui accident de circulație din culpa asiguratului, societatea de asigurare preia

răspunderea privind despăgubirea terţelor persoane. Societatea va acorda despăgubiri conform legislaţiei în vigoare în ţara în care s-a produs accidentul.

Primele de asigurare se stabilesc în funcţie de marca autovehiculului şi de perioada de valabilitate a asigurării, iar asiguratul le plăteşte societăţii de asigurare cu anticipaţie integral.

În perioada pentru care s-au plătit primele de asigurare, valabilitatea asigurării este extinsă chiar dacă e cazul mai multor deplasări în străinătate ale autovehiculului asigurat.

Pentru încheierea asigurării Carte Verde, solicitanţii trebuie să prezinte societăţii de asigurare certificatul de înmatriculare al autovehiculului, actul de identitate şi declaraţia de asigurare completată.

Pentru călătoriile în străinătate cu mijloc de transport auto propriu turistului, societăţile de asigurare emit poliţă privind asigurarea de răspundere civilă a autoturismului, cu valabilitate în afara teritoriului de rezidenţă al persoanelor care călătoresc cu autoturismului.

Poliţa se completează în două exemplare:

- ✓ exemplarul 1 se înmânează titularului;
- ✓ exemplarul 2 rămâne la societatea de asigurare.

Poliţa privind asigurarea de răspundere civilă a autoturismelor este însoţită de Carte Verde emisă de Biroul Asigurătorilor de Autovehicule. Asigurarea Cartea Verde cuprinde date referitoare la valabilitatea asigurării, seria şi numărul poliţei, marca şi modelul autovehiculului, numărul de înmatriculare şi seria şasiului sau al motorului, numele şi adresa asiguratului, semnăturile.

Trebuie precizat că asigurarea de răspundere civilă auto este o asigurare cu caracter obligatoriu, ea fiind necesară în aproape toate ţările din Europa.

Asigurarea de călătorie este – ca şi celelalte componente de care am amintit anterior – încă unul din elementele care se adaugă pachetului de servicii oferit spre vânzare direct de către agenţiile societăţilor de asigurare sau prin intermediul agenţiilor de turism care prestează aceste servicii pe bază de comision.

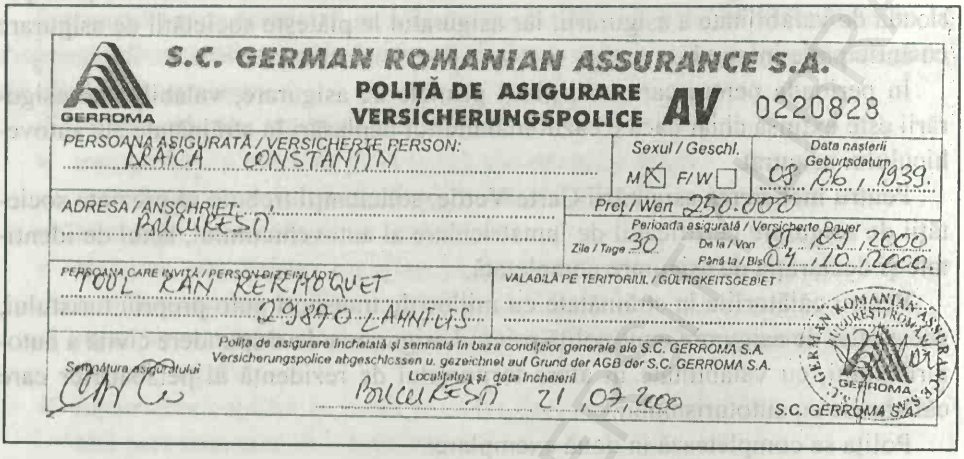
Exemplu practic de asigurare

Pentru a încheia asigurarea medicală pe durata călătoriei în străinătate, agentul de turism – în baza condiţiilor generale ale societăţii de asigurare cu care cooperează – completează poliţa de asigurare cu datele cerute în formular, după care aceasta este semnată de ambele părţi, aşa după cum se poate constata din modelul prezentat în cele ce urmează:

Poliţa de asigurare se completează în trei exemplare:

- ✓ Exemplarul 1 este înmânat titularului asigurării;
- ✓ Exemplarul 2 este destinat consulatului care acordă viza turistică de intrare în ţara de destinaţie sau organelor vamale (în cazul ţărilor pentru care nu mai este necesară viza de intrare);
- ✓ Exemplarul 3 rămâne la emitent.

Fig. 6.1. Poliță de asigurare



S.C. GERMAN ROMANIAN ASSURANCE S.A.

GERROMA

POLIȚĂ DE ASIGURARE
VERSICHERUNGSPOLICE AV 0220828

PERSOANA ASIGURATĂ / VERSICHERTE PERSON: DRAICA CONSTANTIN

Sexul / Geschl. M ☒ F/W ☐

Data nașterii / Geburtsdatum 08/06/1939

ADRESA / ANSCHRIFT: BUCUREȘTI

Preț / Wert 250.000

Perioada asigurată / Versicherte Dauer
Zile / Tage 30 De la / Von 01/09/2000
Până la / Bis 04/10/2000

PERSOANA CARE INVITĂ / PERSON DIZ EINLADT: TOUL RAN KERMOQUET 29870 LAHNILIS

VALABILĂ PE TERITORIUL / GÜLTIGKEITSGEBIET

Polița de asigurare încheiată și semnată în baza condițiilor generale ale S.C. GERROMA S.A.
Versicherungspolice abgeschlossen u. gezeichnet auf Grund der AGB der S.C. GERROMA S.A.

Semnătura asiguratului

Localitatea și data încheierii: BUCUREȘTI 21/07/2000

S.C. GERROMA S.A.

Valoarea asigurării se stabilește în funcție de durata călătoriei (numărul de zile), vârsta titularului, scopul deplasării sau componența grupului (în cazul grupurilor de turiști se acordă reducere).

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

7

Etapele realizării programului turistic

7.1. Conceperea şi asamblarea elementelor constitutive ale programului

Realizarea unui program turistic presupune însuşirea mecanismului de asamblare a elementelor constitutive ale acestuia. Concret, programul turistic presupune parcurgerea a două **etape** principale:

1. Conceperea programului;
2. Întocmirea analizei de preţ (analiza tarifară).

Conceperea programului presupune studierea prealabilă a cererii turistice şi a obiectivelor de vizitat, urmând ca acest studiu să se materializeze într-un:

a) Circuit turistic – care înseamnă parcurgerea într-un timp determinat a traseului, în scopul vizitării obiectivelor incluse în program;

b) Sejur – care se defineşte ca fiind o perioadă continuă ce include cel puţin o înnoptare într-un loc fix;

c) Lung sejur – perioadă continuă ce depăşeşte patru înnoptări;

d) Program combinat – circuit şi sejur.

Exemplu practic: Circuit turistic în România

1. Conceperea programului

Itinerar:

Bucureşti – Piteşti – Curtea de Argeş – Sibiu – Braşov – Poiana Braşov – Bran – Sinaia – Bucureşti

Programul circuitului:

Ziua I

Bucureşti – plecare ora 8.00

Vizitare:

Curtea de Argeş – cu obiectivele Biserica Doamnei, Fântâna Meşterului Manole, Biserica Olarilor;

Călimănești – cu obiectivul Mănăstirea Cozia, dejun;
Sibiu – cină și cazare.

Ziua a II-a

Sibiu – mic dejun, tur oraș cu vizitarea Muzeului Brukenthal și a Muzeului local din Rășinari, dejun;

Brașov – cazare, cină cu program artistic la restaurantul cu specific Cerbul Carpatin.

Ziua a III-a

Brașov – mic dejun, tur oraș cu vizită la Biserica Neagră;
Poiana Brașov – dejun la restaurant cu specific Coliba Haiducilor;
Bran – vizitarea castelului Bran;
Sinaia – vizitarea Mănăstirii Sinaia;
București – sosire ora 20.00.

2. Întocmirea analizei de preț (analiza tarifară)

Servicii asigurate:

- Transport cu microbuzul – capacitate 16 locuri;
  - ✓ CUC 80% (coeficientul de utilizare a capacității);
  - ✓ 16 locuri x 80% CUC = 12 locuri

Notă: CUC se stabilește de către organizator conform propriei politici comerciale.

- ✓ kilometraj: 684 km traseu + 20 km tur oraș Brașov + 30 km tur oraș Sibiu + 50 km rezervă deplasări neprevăzute = 784 km
- Cazări = 2 nopți
- Masă = 1 pc + 1 md + 1 d (deci, o pensiune completă și o demipensiune)
  1d – restaurant specific
  1c – restaurant specific
- Muzee = 4 taxe intrare

Etape de calcul:

a) Calcul servicii (în USD)

– 784 km x 0,63$ = 493,92 (cheltuieli colective)	
– 493,92 $: 12 locuri	41,16
– 2 cazări x 10 $	20,00
– 1 pensiune completă 25 $ + 1 demipensiune (md + c) 15 $	40,00
– 2 mese cu program specific x 20 $	40,00
– 4 muzee x 5 $	20,00
– diurnă șofer 30 $ x 3 zile = 90 $: 12 (cheltuieli colective)	7,50
– cotă ghid 40 $ x 3 zile = 120 $: 12 (cheltuieli colective)	10,00
– cheltuieli organizare	3,00
Total:	181,66

b) Aplicare comision
181,66 X 15% 27,24
c) Tarif de vânzare / turist (conform legislației în vigoare) 208,9 USD + TVA*
***Notă:** T.V.A. se aplică procentual, conform legislației în vigoare.

Exemplu practic: Program turistic în Franța

- ✓ Durata: 6 zile;
- ✓ Mijloc de transport: avion şi autocar;
- ✓ Itinerar: Bucureşti – Paris – Bucureşti

1. Conceperea programului turistic

Ziua I

- ✓ Întâlnire cu conducătorul de grup la Aeroportul Internațional Bucureşti – Otopeni, orele 10.30 a.m.;
- ✓ Transport cu avion cursă regulată RO–733, cu decolare la orele 12.00;
- ✓ Transfer Aeroportul Charles de Gaule – Paris;
- ✓ Cină şi cazare.

Ziua a II-a

Paris

- ✓ mic dejun;
- ✓ tur de oraş cu vizitare: Opera, Muzeul Louvre, Champs-Elysées, Arcul de Triumf, Piața Trocadero, Turnul Eiffel, Grădina Luxemburg;
- ✓ dejun;
- ✓ program facultativ;
- ✓ cină şi cazare.

Ziua a III-a

Paris

- ✓ mic dejun;
- ✓ vizită: cartier Montmartre, Sacre Coeur, Place Pigalle;
- ✓ dejun;
- ✓ cină şi cazare;

Ziua a IV-a

Paris

- ✓ mic dejun;
- ✓ excursie Versailles;
- ✓ dejun;
- ✓ croazieră pe Sena;
- ✓ cină şi cazare.

Ziua a V-a
Paris
- ✓ mic dejun;
- ✓ vizitarea catedralei Notre Dame;
- ✓ dejun;
- ✓ program facultativ;
- ✓ cină și cazare.

Ziua a VI-a
Paris
- ✓ mic dejun;
- ✓ program facultativ;
- ✓ transfer hotel – aeroport;
- ✓ plecare RO–733, ora 15.40 – sosire București – Otopeni, orele 19.15.

Notă: La stabilirea numărului de zile incluse în program se iau în calcul și zilele de plecare / sosire.

2. Întocmirea analizei de preț (analiza tarifară) – în EUR

Servicii	Tarife confidențiale sau convenite	Total tarif brut	Comision cedat agentului 10%	Tarif net
1	2	3	4	5
1) Transport				
• aerian	200	200	20	180
• auto (total)	40	80	8	72
din care:				
– transferuri (2)	10	20	2	18
– tur oraș scurt (2)	10	20	2	18
– tur oraș lung (2)	20	40	4	36
• naval	10	10	1	9
2) Cazare (5)	20	100	10	90
3) Masă (5 pc)	30	150	15	135
4) Muzee (2)	10	20	2	18
5) Asigurare medicală	20	20	2	18
Cotă ghid (6 zile)	5	30	–	30
Cheltuieli organizare	–	–	–	3
Subtotal		690	66	627
Comision agenție 15%				94
Tarif vânzare / turist				721 € + TVA*

Notă: Comisioanele procentuale (rubrica 4) sunt cedate agenției de turism de către prestatorii de servicii (transport aerian, transferuri etc.).

Comisionul agenției (15%) se aplică la total costuri nete (rubrica 5).

Tarifele pentru serviciile menționate în coloana 2 sunt convenționale.

* T.V.A. se aplică procentual conform legislației în vigoare.

Detalii de reținut

Întocmirea analizei de preț (analiza tarifară) trebuie făcută în concordanță cu elementele programului turistic, fiind o rezultantă a acestuia.

Întocmirea finală a programului turistic presupune respectarea unor cerințe și precizarea unor detalii, respectiv:

- ✓ menționarea orașelor vizitate și a punctelor de îmbarcare / debarcare;
- ✓ precizarea numărului zborului, în situația transportului cu avionul;
- ✓ indicarea numărului drumului de parcurs cu autocarul pe fiecare tronson (național, european, departamental, regional, local) calculându-se cumulul de km parcurși;
- ✓ indicarea vitezei de circulație admisă în scopul stabilirii timpilor pe fiecare etapă și pe total cumulat, la care trebuie să se țină seama și de numărul orelor de staționare pentru vizitarea obiectivelor turistice sau pentru servirea meselor.

Pentru stabilirea timpilor reali de desfășurare a programului se vor studia atât viteza medie permisă pentru fiecare țară vizitată, cât și condițiile de circulație, intensitatea traficului pe tronsoane, condițiile meteo. Pentru stabilirea timpilor de vizitare a localităților se pot consulta ghidurile turistice care precizează, de regulă, și acest aspect.

7.2. Programe turistice tematice

7.2.1. Turismul industrial

Se poate constata astăzi o trecere nu fără convulsii de la revoluția industrială la cea informațională, cu o repliere a resurselor umane spre sectorul atât de eteroclit al activităților terțiare, respectiv comerciale, de transporturi, călătorii, pregătire profesională, cercetare. Toate aceste activități au devenit astăzi esențiale pentru crearea unor noi locuri de muncă, în urma disponibilizărilor rezultate din acest proces (apariția roboților informatizați de înaltă productivitate). Sistemele informaționale au luat locul lucrătorilor tradiționali, producând mutații – chiar și în sectorul terțiar – prin automatizarea unor operațiuni cu caracter repetitiv (operațiuni bancare, financiar-contabile, administrative, de rezervare și facturare).

Mintel – care se afla ieri la originea unui anuar electronic și Internetul – care stă azi cu inovațiile sale la baza comerțului electronic au creat rețele de comunicare multimedia interactive, producând un volum imens de date și creând o nouă eră a inteligenței umane.

După Christian Stoffăs (autorul cărții *Histoire de la France Industrielle*, apărută în octombrie 1996), tipologia activităților așa-numitului secol postidustrial (secolul XXI) va include următoarele **categorii**:

- ✓ marea industrie regrupată în întreprinderi de talie internațională;

- ✓ servicii pentru marea masă a populației (sau servicii publice);
- ✓ industria mică și serviciile de proximitate (particulare, artizanat, mica agricultură, micii comercianți);
- ✓ autoproducția (self-service), care va cunoaște o dezvoltare ca urmare a expansiunii timpului liber și a informaticii.

Ideea liberului-schimb a câștigat teren în ultimele decenii, iar dizolvarea frontierelor dintre state a dat tot mai mult mână liberă globalizării, turismul fiind și el unul dintre sectoarele aparținând industriei serviciilor (sector care ocupă o forță de muncă apreciabilă).

Interesul oamenilor de afaceri din diverse sectoare industriale a determinat apariția unor programe turistice destinate acestui segment, programe care includ vizitarea a diferite obiective industriale. S-au creat în acest fel asociații turistice industriale care, în colaborare cu centre educaționale de informații, companii de transport, agenții de publicitate, agenții de turism, personal managerial din industrie precum și diferite organisme locale, conlucrează la derularea programelor cu acest conținut.

Turismul industrial furnizează celor interesați oportunități de a vizita anumite părți sau sectoare ale obiectivului industrial care, în mod uzual, nu sunt accesibile publicului larg.

Tipul cel mai curent de program îl constituie turul industrial al obiectivului, asociat cu vizite la muzee tehnice specifice (maritime, feroviare, aviatice, tehnice etc.) la care participă vizitatorii interesați.

Exemple practice

a) Vizită la Europortul Rotterdam – Olanda

Prin numărul de nave maritime deservite (circa 29.000 de nave anual, cu o capacitate de transport de circa 400 de milioane de tone), portul Rotterdam rămâne unul dintre porturile cheie din vestul Europei, având la bază o logistică operațională capabilă să asigure transportul de materii prime și materiale, produse industriale sau de larg consum etc., pe toate continentele lumii.

Prin infrastructură și dotări, Europortul Rotterdam este – după cum îl definesc reprezentanții săi – pregătit pentru provocările acestui secol.

Centrul de afaceri Rotterdam, cu sediul în World Trade Center Rotterdam, oferă oamenilor de afaceri spații pentru birouri alocate pe perioade lungi sau scurte, servicii de telefonie, fax, poștă, spații comerciale și servicii de secretariat. Toate aceste informații pot fi găsite în publicația **Ghidul practic**, destinată noilor rezidenți.

De asemenea, municipalitatea portului Rotterdam a editat un ghid care asigură informații în privința pachetelor de servicii oferite în transporturi, cu nave ale căror trasee sunt în conexiune cu diferite destinații europene.

Pentru a familiariza oamenii de afaceri cu diversitatea activităților din port, Asociația Turismului Industrial organizează tururi la cererea clienților. Sunt

organizate vizite la muzeele maritime (*Prince Hendrik* şi *Ships from Distant Lands*), oferind vizitatorilor o largă documentare în privinţa companiilor de navigaţie, a diferitelor tipuri de nave sau sisteme de propulsie, rute de navigaţie etc. Pentru cei interesaţi sunt puse la dispoziţia publicului circa 50.000 de volume de cărţi de specialitate şi se organizează anual expoziţii pe diferite teme.

Deoarece turismul industrial se consideră a fi un segment insuficient explorat de către agenţiile de turism, au fost prezentate aici numai câteva idei, care pot constitui baza pentru introducerea în oferta organizatorilor de voiaje a unor programe dezvoltate pe această temă.

b) Vizită la şantierul naval Saint-Nazaire

Şantierul Naval al Atlanticului din Saint-Nazaire – prin renumele şi activitatea sa economică – atrage anual zeci de mii de vizitatori. Şantierul se vizitează cu autocarul, explicaţiile şi informaţiile fiind date de ghizi specializaţi care răspund dorinţei turiştilor de a-şi face o idee privind activitatea celor circa 12.000 de salariaţi implicaţi în activitatea şantierului şi de a vedea rezultatul muncii lor, respectiv construcţia de vapoare, dar şi peisajul specific acestor zone.

Pe durata vizitei, turiştii sunt dotaţi cu căşti de protecţie, ce trebuie purtate în mod obligatoriu în timpul staţionărilor incluse în program. Totodată, ghizii fac şi activitate de promovare pentru croaziere şi oferă informaţii asupra costurilor acestor călătorii pe diverse destinaţii. Poate fi, de asemenea, vizitat şi amplasamentul E.A.D.S. Airbus (European Aeronautic Defence and Space Company) din localităţile Saint Nazaire şi Gron, instituţie care fabrică o parte din componentele necesare aeronavelor Airbus.

Hala de producţie a fost special concepută pentru a putea primi vizitatori fără a fi împiedicat procesul de producţie.

Un mic muzeu reaminteşte la Saint-Nazaires şi de istoria aviaţiei din această zonă, începând cu anul 1920. La Gron, spre exemplu, un imens atelier permite asamblarea unor elemente de fuselaj ale aparatelor Airbus care sunt apoi transportate la Toulouse pentru asamblarea finală şi, cu puţină şansă, turiştii pot asista la aceste operaţiuni.

În ansamblul preocupărilor sale specifice, şantierul naval Saint-Nazaire a găsit mijloacele necesare pentru a face din vechea bază de submarine un centru turistic, în care se poate retrasa şi prin expoziţii, într-un mod spectacular, istoria marilor pacheboturi.

7.2.2. Turismul rural

În anul 1990 a fost creată Federaţia Europeană pentru Cazare Turistică la Locuitor (fermier) în Mediul Rural EUROGITES, organizaţie ce reuneşte asociaţii naţionale aderente la sistem şi are ca obiectiv principal menţinerea modului de viaţă tradiţional în spaţiul european.

În România a fost înființată Asociația Națională a Turismului Rural, Ecologic și Cultural – ANTREC.

Pentru dezvoltarea complexă a zonei montane s-a constituit Federația Română pentru Dezvoltarea Montană – F.R.D.M.

Aria tematică a acestui produs specific poate îmbrăca diverse aspecte, organizatorii de turism putând elabora variante de programe specializate pe sejururi rurale. În gospodăriile țărănești, turistului i se pot oferi produse alimentare ecologice conform gastronomiei locale. Au luat amploare contactele sociale specifice acestui mediu, precum și diversele variante scurte de program în care este inclus și sfârșitul de săptămână petrecut la o fermă sau programele tematice legate de specificul zonei (vânătoare, pescuit, inițierea și practicarea echitației ș.a.m.d.).

Pentru creșterea atractivității programului oferit, anumite localități rurale sunt incluse și în cadrul circuitelor turistice cu vizitare a unui sat, după modelul programelor din Sibiel (județul Sibiu), cu cazare și masă tradițională asigurate numai în locuințe țărănești, vizite la muzeul local, la biserica satului și prin împrejurimi.

Pentru o asemenea modalitate de petrecere a vacanței, în Uniunea Europeană se folosește termenul de **turism verde**, culoarea având rostul de a distinge această formă de turism de celelalte: turismul alb (sporturi albe), turismul albastru (vacanțe la mare), turismul luminilor (în mediul urban).

Catalogul ANTREC cuprinde oferta românească în mediul rural, fiind un instrument destinat informării și stimulării vânzărilor acestui produs. Din conținutul acestuia desprindem:

- ✓ zonele geografice în care se practică această formă de turism;
- ✓ lista filialelor și a persoanelor de legătură;
- ✓ codificarea datelor referitoare la dotările gospodăriilor țărănești ce oferă găzduire, reprezentate prin pictograme;
- ✓ localitățile, numele și prenumele proprietarului gospodăriei.

7.2.3. Acțiuni turistice de vânătoare și pescuit sportiv

Organizarea acțiunilor turistice de vânătoare și pescuit se efectuează cu respectarea prevederilor legale în vigoare în fiecare țară. În vederea asigurării condițiilor necesare organizării și desfășurării acțiunilor de vânătoare și pescuit, unitatea de turism specializată și autorizată pentru astfel de oferte, se ocupă de următoarele **formalități**:

a) Încheie protocoale (convenții) anuale sau pe perioade mai lungi, cu departamentele de resort care tutelează și coordonează utilizarea fondului de vânătoare și pescuit, stabilindu-se condițiile cu caracter economico-financiar, terenurile de vânătoare, efectivele și speciile de vânat.

b) În baza protocoalelor, încheie contracte direct cu administrațiile silvice locale și cu asociațiile de vânătoare și de pescuit sportiv, respectând legislația în vigoare privitoare la terenurile și efectivele de vânat pe specii, care prevăd tarifele de valorificare, precum și diversele prestări de servicii în teren (cazare, pregătirea și servirea mesei, transport etc.) pentru turiști.

La sosirea vânătorului, agentul de turism sau ghidul-însoțitor va transmite acestuia datele referitoare la terenul de vânătoare, programul și condițiile de cazare și masă.

În cadrul programului, organizatorii activităților de vânătoare iau măsuri pentru satisfacerea eventualelor cereri ale vânătorilor, în funcție de posibilitățile concrete din fiecare teren, pentru asigurarea servirii specialităților preparate din vânat și pentru transportul în teren cu cal, căruță sau autoturism de teren.

Pe timpul vânătorii, agentul de turism sau însoțitorii vor avea în vedere să-și noteze zilnic toate cheltuielile suplimentare rezultate din organizarea vânătorii și să asiste la evaluarea trofeelor, pentru a putea comunica aceste date turistului vânător.

La încheierea acțiunii se va avea în vedere ca factura pe care trebuie s-o achite turistul să prevadă toate serviciile, taxele, valoarea trofeelor recoltate și suma totală a acestora.

Tot în gama acțiunilor tematice specializate, tour-operatorii pot concepe și o categorie de programe pe teme legate de viața animalelor din habitate naturale, oferind turiștilor așa-numitele programe *safari* sau *foto-safari*.

7.2.4. Turismul religios

Pe cât de vechi, pe atât de profitabile, programele cu conținut religios continuă să determine exodul a mari colectivități umane spre destinații de pelerinaj consacrate sau cu patrimoniu religios deosebit.

Efectele economice ale călătoriilor cu această temă se reflectă în industria hotelieră, în sfera mijloacelor de transport de persoane, a industriei de suveniruri și artizanat cu conținut religios, în dezvoltarea tuturor formelor de comerț.

În ultimii ani, în România, orașul Iași a devenit un centru important al turismului cu caracter religios, generând deplasarea a mii de turiști cu ocazia expunerii moaștelor Sf. Paraschiva.

În Franța orașele Lourdes și Lisieux au devenit centre importante ale activităților cu caracter religios.

Lourdes reprezintă azi unul din cele mai mari bazine turistice ale Europei occidentale, orașul primind în fiecare an milioane de pelerini și bolnavi veniți din toată lumea pentru a-și găsi acolo vindecarea.

7.2.5. Turismul etic

Creşterea circulației turistice interne şi internaționale a generat şi aspecte negative, înregistrate în sfera patrimoniului turistic sau legate de mediul înconjurător.

Reglementările elaborate în plan intern şi internațional de organismele abilitate în legătură cu aceste probleme au condus la apariția turismului etic.

Turismul etic constă, în esență, în elaborarea unor pachete de norme care trebuie promovate pentru ca să poată fi respectate de organizatorii de turism şi de turiştii organizați în grupuri sau pe cont propriu, în timpul călătoriilor sau vacanțelor.

7.2.6. Turismul social

Turismul social este rezultatul ofertării de servicii turistice unor categorii sociale, ca urmare a politicilor interne din anumite țări, a acțiunilor şi demersurilor asociațiilor profesionale, sindicale sau de altă natură.

7.2.7. Turismul spațial

În cartea sa, *Călătorie în sistemul solar* (*Voyage dans le systeme solaire*, Ed. Bordas/Her, 2000), Serge Brunier ne introduce în universul misterios al planetelor, care a început să fie vizitat de pământeni, la început prin roboți şi alte dispozitive electronice, apoi prin ființe vii, care au plecat de pe Terra spre alte planete ale sistemului solar, acesta devenind un sistem deschis călătoriilor.

Primul turist în spațiu a fost omul de afaceri californian Dennis Tito, care a efectuat o călătorie de 8 zile la bordul unei nave spațiale ruseşti, nava devenind în acest fel o structură de primire turistică ce oferea transport, cazare şi masă pentru turişti.

Astfel a apărut o nouă formă de turism, cu tematică spațială, visul cosmic devenind realitate în planul călătoriilor turistice.

7.2.8. Aranjamentele „incentive"

Aranjamentele *incentive* sunt programe turistice oferite angajaților, direct sau prin agențiile de turism, de către diverse instituții, în scopul recompensării sau stimulării angajaților şi ca urmare a creşterii fidelității acestora față de instituțiile respective.

Acțiunile se organizează la cererea firmelor, a instituțiilor sau asociațiilor profesionale sau sunt propuse de către organizatorii de turism clientelei potențiale.

În conținutul programelor tematice pot fi incluse, pe lângă obiective turistice, și elemente de ordin profesional, cum ar fi: participare la reuniuni, simpozioane, expoziții, vizite în scopul documentării sau alte variante care interesează direct participanții.

Tarifele acestor aranjamente sunt suportate total sau parțial de către instituția dispusă să organizeze asemenea călătorii.

Tot în categoria *incentive* sunt incluse și programele destinate unor grupuri de inițiativă sau de turiști pentru testarea noilor destinații turistice.

Pentru practicarea aranjamentelor *incentive* au apărut tour-operatori specializați – ITO (*incentive travel organizers*). Există, de asemenea, cluburi, societăți și organizații care propun asemenea călătorii – GTO (*group travels organizers*), constituite din grupuri de salariați sau din colaboratori voluntari.

7.2.9. Turismul de eveniment

Evenimentele internaționale, congresele, simpozioanele, reuniunile, întâlnirile, spectacolele sau manifestările sportive asigură suportul realizării unor aranjamente turistice pentru cei interesați. Aceste evenimente presupun măsuri organizatorice de amploare, realizate cu mult timp înainte de data evenimentului respectiv.

7.2.10. Spectacolele și manifestările sportive

Rezervările și vânzările de bilete la manifestări culturale sau sportive sunt servicii incluse în practica agențiilor de turism.

Pentru punerea în practică a acestui serviciu, organizatorul de turism convine cu agentul principal modul de lucru, alocarea de locuri, sistemul de rezervare și transmitere a biletelor pentru valorificare, modalitatea de plată, reclama și alte detalii privind vânzarea.

Agentul principal de vânzare transmite agențiilor de turism informațiile referitoare la spectacole, afișele, pliantele, fluturașul cu planificarea săptămânală sau lunară a spectacolelor, planul sălii de spectacol și biletele de intrare la spectacol.

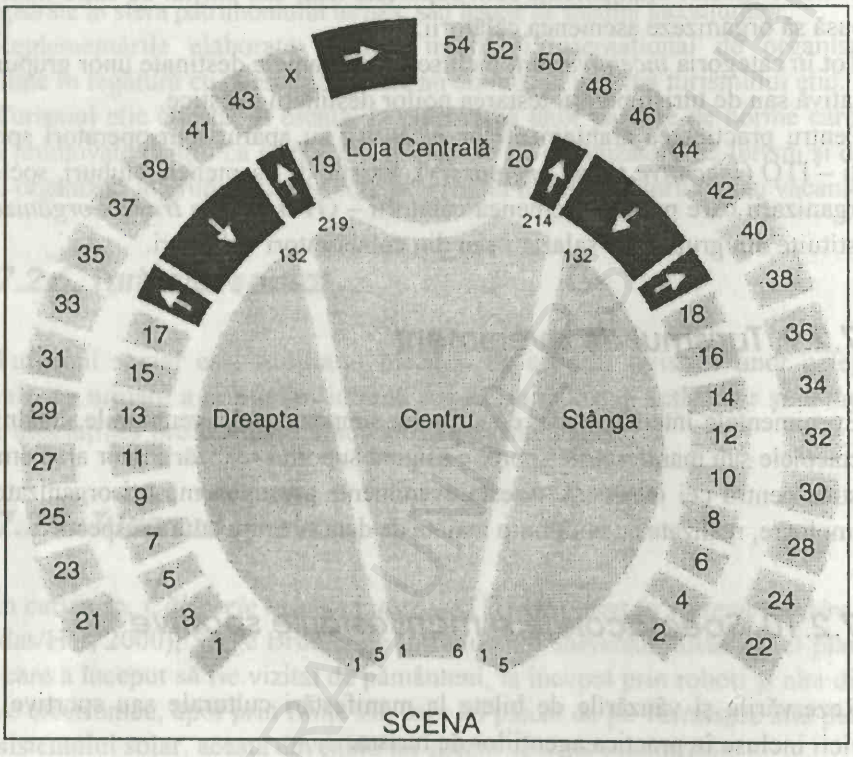
În cazul manifestărilor sportive, agențiile de turism stabilesc cu federațiile de specialitate sau cluburile sportive contingentele de locuri disponibile spre vânzare.

Pentru întâlnirile internaționale importante, se iau măsuri organizatorice deosebite în colaborare cu organele de ordine și cu administrația bazei sportive (stabilirea traseului autocarelor, asigurarea contingentului de locuri rezervat în bazele sportive și alte măsuri pentru desfășurarea acțiunii).

Pentru valorificarea locurilor și asigurarea informațiilor, agentul vânzător are nevoie de diagrama sălii de spectacol (fig. 7.1.) sau a fiecărei baze sportive de desfășurare a întâlnirilor. Anumite agenții de turism se pot specializa în acest tip

de turism, cumpărând contingente de locuri la spectacole sau manifestări sportive, pe care le distribuie ulterior subagenților și detailiștilor.

Fig. 7.1. Schița sălii de concerte a Ateneului Român



Exemple de programe turistice tematice

1. Europa – un patrimoniu comun

Acest program face parte din categoria acțiunilor-eveniment și a fost lansat de Consiliul Europei cu sprijinul comitetelor naționale din 34 de țări participante, în scopul protecției patrimoniului cultural și natural european.

Pentru lansarea campaniei de promovare, s-a întocmit o **documentație** cuprinzând:

- ✓ comunicatul de presă;
- ✓ prezentarea programului;
- ✓ organizarea campaniei;
- ✓ lista comitetelor naționale;
- ✓ evenimentele (cele internaționale, ca și proiectele transnaționale, naționale, regionale și locale propuse de statele participante);
- ✓ programul oficial de lansare a campaniei;
- ✓ calendarul activităților pe ani și date concrete.

Prima acțiune de lansare a acestei acțiuni de anvergură în România s-a derulat conform unui plan în detaliu întocmit, din cuprinsul căruia au fost selectate următoarele elemente:

Ziua I:

10.00 – 19.00	Sosirea participanților, cazare la Hotel București
19.30 – 21.30	Recepție oferită de Președintele României la Palatul Cotroceni

Ziua a II-a:

9.30 – 11.00	Reuniunea subcomisiei de patrimoniu a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei
9.00 – 11.30	Vizitarea orașului București: Muzeul Țăranului Român, Muzeul Satului, Muzeul Național de Artă, parcurile Herăstrău și Cișmigiu
11.30 – 11.45	Piața Revoluției, plecare cu autocarul la Palatul Mogoșoaia
12.00 – 12.15	Sosire la Palatul Mogoșoaia (15 km nord-vest de București)
12.30 – 14.30	Dejun oferit de Primul Ministru al României în Grădina Palatului Mogoșoaia
14.30 – 15.00	Retur la București
15.30 – 17. 30	Ceremonia oficială de deschidere a Campaniei „Europa – un patrimoniu comun", desfășurată la Sala mare a Ateneului Român; discursul personalităților
15.30 – 17.30	Concurs de desene pe trotuar cu participarea copiilor
17.30 – 17.45	Acțiunea „Florile Europei" (plantări de flori în fața Ateneului Român)
17.45 – 23.00	participarea la Marea Sărbătoare a Patrimoniului

Programul din **ziua a 3-a** și **a 4-a** s-a derulat la Sibiu, cu vizitarea obiectivelor turistice din oraș și împrejurimi.

2. Castelul din Carpați

Realizarea unui program având ca temă „Castelul din Carpați" ar putea prezenta interes turistic, luând în considerare difuzarea internațională a romanului cu același nume al lui Jules Verne, al cărui subiect este încadrat în spațiul geografic al Transilvaniei.

Această temă poate fi exploatată turistic de tour-operatori imaginând un program-circuit prin care să fie conectate trasee și obiective turistice dintr-o zonă ce ar putea fi considerată locul de desfășurare a faptelor narate de romancier – Țara Hațegului (situată în județul Hunedoara și menționată documentar în anul 1247 sub denumirea de *Terra Hatzoc*).

Pentru încadrarea acestei arii geografice într-un traseu, se propune următoarea variantă de program, orașul Sibiu fiind punctul de plecare / înapoiere.

Traseu:

Sibiu – Sebeș – Deva – Hațeg – Caransebeș – Orșova – Drobeta Turnu Severin – Tg. Jiu – Rm. Vâlcea – Sibiu.

Circuitul cuprinde aproximativ 650 km, incluzând variante și abateri de la traseul anterior menționat.

Localitățile și obiectivele turistice propuse în Sibiu:

- ✓ Biserica evanghelică (sec. XV) în stil gotic;
- ✓ Muzeul Brukental, inaugurat în 1817 într-o clădire construită în stil baroc în perioada 1780–1785;
- ✓ Turnul Sfatului, punct de observare aparținând Fortificațiilor Sibiului, construit în sec. XIII–XIV, în care este prezentată expoziția „Din istoria Sibiului";
- ✓ Primăria veche (sec. XV–XVI), construcție civilă;
- ✓ Pasajul scărilor;
- ✓ Biserica Ortodoxă (sec. XVIII);
- ✓ Casa Haller, construcție gotică din 1470;
- ✓ Muzeul de Istorie Naturală, înființat în 1849;
- ✓ Expoziția „Din istoria farmaceutică", prezentată într-o clădire din sec. XVI;
- ✓ Muzeul Tehnicii Populare, amenajat în Pădurea Dumbrava, unde sunt expuse construcții sătești și obiecte tehnice din gospodăriile țărănești.

Cazarea se poate face în locuințele țărănești din satul Sibiel, unde poate fi vizitat muzeul cu colecții de picturi pe sticlă și lemn.

Alte variante cu localitățile ce pot fi incluse în programul de vizitare:

- ✓ Rășinari, localitate bogată în tradiții și obiceiuri populare străvechi;
- ✓ Păltiniș, stațiunea turistică;
- ✓ Ocna Sibiului, stațiune balneoclimaterică;
- ✓ Gura Râului, localitate rurală (țesături și port popular);
- ✓ Sălișteș, localitate vestită pentru portul popular, țesutul covoarelor, sculptură și pirogravură în lemn;
- ✓ Cisnădie, vechi centru meșteșugăresc;
- ✓ Avrig, veche localitate cu arhitectură tradițională, unde se află Castelul Brukental (construit în sec. XVIII).

Localitățile și obiectivele turistice propuse în Drobeta Turnu Severin:

- ✓ Complexul arheologic;
- ✓ Ruinele cetății Severinului;
- ✓ Muzeul Porților de Fier;
- ✓ Mănăstirea Vodița;
- ✓ Pădurea Crihala.

Localităţile şi obiectivele turistice propuse în Târgu Jiu:
- ✓ complexul sculptural Brâncuşi – cazare la hotel;
- ✓ din Obreja se poate face o abatere până la Polovragi (4 km), pentru vizitarea Mănăstirii Polovragi sau a Cheilor Olteţului;
- ✓ intrând în zona Vâlcea pot fi incluse în program mănăstiri, schituri şi ansambluri arhitecturale precum şi staţiuni turistice balneo-climatice cu concentrări deosebite de ape minerale şi termale, obiective amplasate într-un spaţiu geografic de excepţie.

Localităţile şi obiectivele turistice propuse în Sebeş:
- ✓ Cetatea, construită în secolul XIV;
- ✓ Biserica Evanghelică (construită în sec. XIII, renovată în sec. XVIII şi restaurată în perioada 1960–1964);
- ✓ Casa Zapolia, fosta reşedinţă a principilor Transilvaniei şi a Dietei (sec. XV), în care se află astăzi un muzeu local;
- ✓ Cazare la hotel sau variantă de cazare în locuinţele particulare din localitatea Miercurea Sibiului.

Alte variante cu localităţile ce pot fi incluse în programul de vizitare:
- ✓ Râpa Roşie, rezervaţie naturală geologică spectaculoasă;
- ✓ Lancrăm, satul unde s-a născut poetul şi filozoful Lucian Blaga;
- ✓ Vinţu de Jos, localitate rurală atestată documentar în 1248 unde se află un castel din sec. XVI (stil renascentist);
- ✓ Căpâlna, localitatea rurală care păstrează vestigiile unei cetăţi dacice;
- ✓ Orăştie, veche localitate dacică, unde se află un muzeu de artă populară;
- ✓ Costeşti, localitatea unde s-au descoperit vestigii ale unei cetăţi dacice; punct de plecare spre cetatea dacică Sarmizegetusa (Grădiştea Muncelului).

Localităţile şi obiectivele turistice propuse în Deva:
- ✓ Cetatea Deva (sec. XIII);
- ✓ Castelul Magna Curia (sec. XVI), în a cărui incintă se află Muzeul Judeţean Hunedoara;
- ✓ Mănăstirea Franciscană (sec. XVIII).

Localităţile şi obiectivele turistice propuse în Hunedoara:
- ✓ Castelul Huniazilor (sec. XIV), ridicat în stil gotic.

Localităţile şi obiectivele turistice propuse în Haţeg:
- ✓ Pădurea Slivuţ, 600 ha, rezervaţie de zimbri.

Alte variante cu localităţile ce pot fi incluse în programul de vizitare:
- ✓ Sântămăria–Orlea, localitate rurală (Castelul medieval Kendeffy);
- ✓ Densuş, localitate rurală unde se află Biserica Sf. Nicolae (sec. XIII);

- ✓ Sarmizegetusa, localitate rurală, fosta capitală a Daciei romane, care păstrează urme și vestigii ale vechilor construcții ale așezării romane;
- ✓ Colonia Ulpia Traiana Augusta Dacia, întemeiată de împăratul Traian în 108-110;
- ✓ Continuând traseul prin Caransebeș, programul poate include zona Orșova cu vizitarea Bisericii Catolice, interesantă prin stilul modern al construcției și Băile Herculane, stațiune cunoscută de pe vremea romanilor;
- ✓ Din stațiunea Băile Herculane se poate face o abatere pe Valea Cernei (40 km) pentru vizitarea obiectivelor Cascada Bobot și Cheile Corcoaia.

3. Circuite nostalgice sau romantice

Trenurile tractate de locomotive cu abur pe linii cu ecartament normal sau îngust constituie azi o mare atracție pentru anumite segmente ale pieței turistice europene. Constituiți în cluburi sau asociații, „prietenii locomotivelor vechi" organizează călătorii nostalgice în țările care dispun de acest patrimoniu.

Din acest punct de vedere, România are un potențial atractiv oferit de mijloacele de transport feroviar ce operează cu locomotive cu abur pe o rețea feroviară conectată la zone turistice care ar putea să intre în circuitul turistic efectiv.

Prezente și în muzeele căilor ferate, dar și în circulație, tipuri vechi de locomotive cu aburi pot fi utilizate în sistem de **trenuri special comandate** pe anumite circuite, combinate cu autocarele pentru asigurarea transferurilor de la o zonă la alta a circuitului respectiv.

Pe lângă muzee și zone turistice deosebite, atractivitatea programului este completată și de vasta rețea de tuneluri, viaducte și poduri situate pe tronsoanele căilor ferate care străbat traseul.

Spre exemplu, linia ferată cu ecartament îngust pe un tronson de 33,4 km între Oravița și Anina traversează partea de vest a Munților Banatului, oferind un peisaj sălbatic și inaccesibil de o frumusețe deosebită. Pe parcurs se înregistrează circa 143 de curbe, a căror lungime totală este de 22 km; traseul traversează 14 tunele, 10 viaducte și 89 de mici poduri; de-a lungul drumului se întâlnesc localități izolate (Brădișoru de Jos, Dobrei, Lisava, Ciudanovița), amplasate parcă într-o altă lume, fără stres, agitație și poluare.

În cele ce urmează, sunt prezentate câteva **rute** (fig. 7.2.), posibil de introdus într-un asemenea circuitul turistic:

a) Rute pe teritoriul Regionalei CFR Brașov

• Copșa Mică – Sibiu (47 km) • Sibiu – Călimănești (83 km) • Agnita – Sibiu (58 km) • Tg. Mureș – Sovata (74 km) • Sebeș – Sibiu 74 km) • Brașov – Covasna – Subciclău (60 km) • Brașov – Întorsura Buzăului (36 km) • Brașov – Zărnești (27 km) • Brașov – Miercurea Ciuc (95 km) • Brașov – Făgăraș – Sibiu (145 km) • Tg. Mureș – Band – Miheșul de Câmpie (55 km) • Tg. Mureș – Band – Lechința (96 km)

b) Rute pe teritoriul Regionalei CFR Timişoara

• Curtici – Arad – Oravița (200 km) • Curtici – Arad – Reşița (168 km) • Curtici – Arad — Timişoara Nord – Orşova (260 km) • Curtici – Arad – Deva – Geoagiu Băi (196 km) • Curtici – Arad – Timişoara Nord – Buziaş (111 km) • Curtici – Arad – Vața – Band (184 km) • Oravița – Anina (33 km)

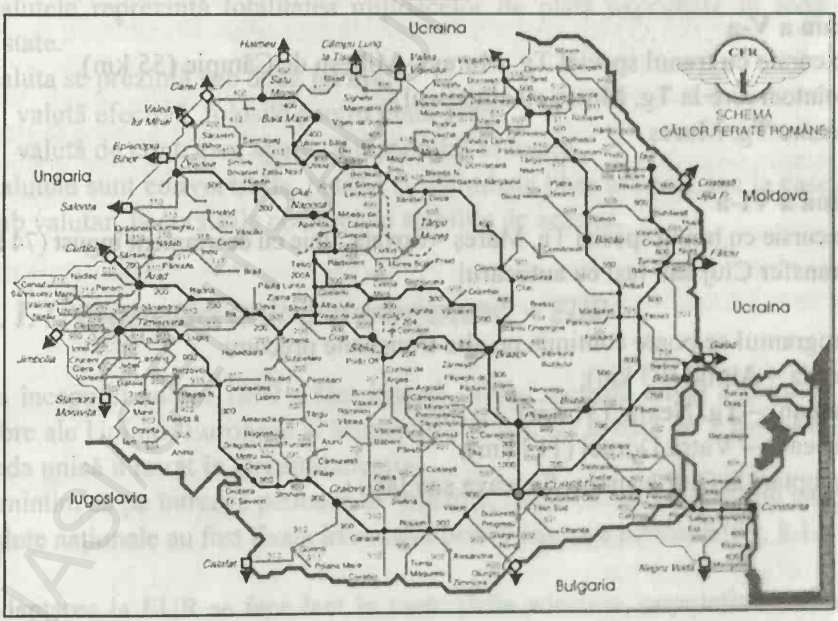
c) Rute pe teritoriul Regionalei CFR Iaşi

• Paşcani – Tg. Neamț (31 km) • Bacău – Piatra Neamț – Bicaz (86 km) • Suceava – Dorneşti – Gura Putnei – Putna (70 km) • Suceava – Gura Humorului – Câmpulung Moldovenesc – Vatra Dornei (117 km) • Câmpulung Moldovenesc – Ilva Mică (112) • Câmpulung Moldovenesc – Vama – Moldovița (36 km) • Suceava – Dărmăneşti – Păltinoasa – Suceava (90 km)

d) Rute pe teritoriul Regionalei CFR Cluj

• Turda – Abrud (93 km) • Zona Bârgaielor (29 km) • Oradea – Vaşcău (109 km) • Oradea – Arad (121 km)

Fig. 7.2. Reţeaua C.F.R.



Exemplu practic de program cu trenuri tractate de locomotive cu abur

Ziua I

Deplasarea cu trenul special pe tronsonul Copşa Mică – Sibiu (47 km)

Cazare: Sibiu

Ziua a II-a
Excursie cu trenul special Sibiu – Călimănești (83 km)
Înapoiere la Sibiu cu autocarul
Cazare: Sibiu

Ziua a III-a
Transfer cu autocarul la Agnita
Deplasarea cu trenul special pe tronsonul Agnita – Sibiu, linie cu ecartament îngust (58 km)
Transfer Sibiu cu autocarul
Tur oraș Sibiu
Cazare: Sibiu

Ziua a IV-a
Excursie cu trenul special Sibiu – Făgăraș (84 km)
Vizită la Cetatea Făgăraș
Transfer cu autocarul la Tg. Mureș
Cazare: Tg. Mureș

Ziua a V-a
Excursie cu trenul special Tg. Mureș – Miheșu de Câmpie (55 km).
Reîntoarcere la Tg. Mureș cu autocarul
Cazare Tg. Mureș

Ziua a VI-a
Excursie cu trenul special Tg. Mureș – Sovata, linie cu ecartament îngust (74 km)
Transfer Cluj sau Iași cu autocarul

Programul se poate continua pe alte tronsoane precum:
Turda – Abrud (93 km);
Pașcani – Tg. Neamț (31 km);
Suceava – Vatra Dornei (117 km);
Înnoptări la Cluj Napoca, Suceava sau Iași.

8

Mijloace, instrumente şi modalităţi de plată a serviciilor

8.1. Cash-ul (numerarul)

Banii aflaţi în circulaţie, exprimaţi concret în **monede metalice** şi **bancnote**, au funcţia esenţială de a putea fi schimbaţi pe bunuri şi servicii, plata cu numerar reprezentând încă o modalitate de achitare a acestora.

Valutele reprezintă totalitatea mijloacelor de plată exprimate în monedele altor state.

Valuta se prezintă sub două **forme**:

- ✓ valută efectivă, folosită pentru plata cash;
- ✓ valută de cont, care apare ca disponibil în bancă.

Valutele sunt **convertibile**, putând fi schimbate liber la bănci sau la casele de schimb valutar, la cursurile comerciale stabilite de acestea.

8.1.1. Moneda unică europeană – EUR

La începutul anului 1999 a fost lansată oficial moneda unică a celor 12 ţări membre ale Uniunii Europene şi Monetare (UEM), iar la data de 1 ianuarie 2002 moneda unică a intrat în circuitul efectiv.

Amintim că pe întreaga perioadă de tranziţie, ratele oficiale de schimb ale celor 12 valute naţionale au fost fixate irevocabil pentru întreaga perioadă (fig. 8.1.):

Adaptarea la EUR se face lent în toate ţările aderente, populaţia continuând să evalueze preţurile şi tarifele bunurilor şi serviciilor în fostele valute naţionale; afişarea acestora se face în ambele monede. Trecând peste fenomenele de inadaptare, unitatea Europei se realizează astfel şi prin moneda unică.

BCU LIBRARY

Fig. 8.1. Ratele oficiale de schimb ale celor 12 valute naționale

Germania	1,95583 DEM
Austria	13,7603 ATS
Belgia	40,3399 BEF
Spania	166,386 ESP
Finlanda	5,94573 FIM
Franța	6,55957 FRF
Grecia	340,750 GRD
Irlanda	0,787564 IEP
Italia	1936,27 ITL
Luxemburg	40,3399 LUF
Olanda	2,20371 NLG
Portugalia	200,482 PTE

Moneda unică circulă azi în bancnote, nominalizate în cupiuri de 5, 10, 20, 50, 100, 200 și 500 EUR și în monezi metalice de 1, 2, 5, 10, 20 și 50 eurocenți sau eurocentime și de 1 și 2 EUR.

Prevenirea și depistarea posibilelor falsuri și contrafaceri cad în sarcina Europol – organizație cu rolul de aplicare a legilor europene, cu sediul la Haga.

Circulația banilor a înregistrat de-a lungul timpului numeroase acțiuni de contrafacere, fapt ce a determinat luarea unor măsuri de reprimare a falsurilor la nivel național și internațional.

La 27 aprilie 1929 a fost semnată, la Geneva, Convenția internațională pentru reprimarea falsului de monedă, sub egida Societății Națiunilor.

Elementele caracteristice ale bancnotelor autentice sunt:

1. imprimarea în relief a anumitor segmente, rezultată din procesul special de tipărire;
2. filigranul, firul de securitate și inscripțiile transparente, care devin vizibile în lumină pe ambele fețe ale bancnotei;
3. imaginea mobilă a unei holograme pe fața bancnotei (o dungă cu aspect metalic pentru bancnotele de valoare mică – de 5, 10 și 20 EUR – și un petic cu aspect metalic pentru bancnotele de valoare mare – de 50, 100, 200 și 500 EUR);
4. culoarea irizantă, schimbătoare, ce se observă pe spatele bancnotei, în funcție de unghiul sub care bate lumina pe hologramа de pe față (o dungă pentru bancnotele de valoare mică și un petic pentru bancnotele de valoare mare);

Pentru prevenirea contrafacerilor, o grijă deosebită a fost acordată monedelor de 1 şi 2 EUR care sunt produse dintr-un amestec bi-metal. Muchia monedei de 2 EUR conţine inscripţii a căror contrafacere este extrem de dificilă.

Aşa cum se ştie monedele, EUR au o faţă comună pentru toate ţările membre, cealaltă faţă fiind specifică ţării emitente, în timp ce bancnotele EUR sunt identice pentru toate ţările în care circulă. Cu toate acestea, elementele de autenticitate ale monedelor cu feţe specifice pot fi citite, recunoscute şi acceptate de aparatura de depistare a falsurilor.

8.1.2. Moneda americană – USD

Dintre valutele aflate în circulaţie, cel mai expus falsurilor a fost şi este în continuare dolarul american.

Elementele de securitate existente pe bancnota americană se împart în două categorii:

1. **preexistente:**
   - ✓ inscripţiile microtipărite situate de obicei într-unul din colţurile bancnotei şi în cadrul portretului (pot fi citite cu lupa, dar apar sub forma unei linii subţiri dacă sunt privite cu ochiul liber);
   - ✓ firul de securitate pe care este inscripţionată valoarea bancnotei respective (îşi schimbă culoarea sub influenţa luminii ultraviolete);
2. **adăugate după 1996:**
   - ✓ filigranul care prezintă portretul de pe bancnotă, fiind produs prin variaţia densităţii hârtiei în procesul de fabricaţie (devine vizibil dacă e privit în lumină);
   - ✓ culoarea numeralului înscris în colţul din dreapta jos, pe faţa bancnotei, care variază în funcţie de unghiul sub care cade lumina (arată verde când e privit direct şi negru când bancnota e înclinată);
   - ✓ liniile fin tipărite din spatele portretului şi din jurul clădirii istorice, dificil de scanat sau copiat (sunt vizibile cu ochiul liber);
   - ✓ portretul reprodus la dimensiuni mai mari decât înainte, însă descentrat, pentru a face loc firului de securitate şi filigranului;
   - ✓ numeralul tipărit la dimensiuni mari cu cerneală întunecată, în colţul din dreapta-jos, pe spate (reprezentând valoarea bancnotei).

8.2. Cardurile

Cardurile sunt proprietatea emitentului.

Operaţiunile cu carduri au intrat în practica curentă a cumpărării de bunuri şi servicii.

Comerciantul care efectuează asemenea operațiuni (care poate fi și o agenție de turism) primește de la emitent sau de la intermediarul acestuia următoarele **materiale și documente**:

- ✓ însemnele organizației deținătoare de mărci de carduri;
- ✓ *imprinter* – dispozitiv pentru imprimarea datelor de pe card pe chitanțele de vânzare și pe chitanțele de stornare;
- ✓ instrucțiuni de operare;
- ✓ *stoplist* – lista cardurilor neacceptate;
- ✓ imprimate – chitanțe de vânzare (*sales draft*), chitanțe de stornare (*credit voucher*), sumare centralizatoare și borderouri de predare a chitanțelor de vânzare și de stornare.

La efectuarea tranzacțiilor, de regulă, se parcurg următoarele **etape**:

- ✓ titularul prezintă cardul comerciantului, în vederea efectuării operațiunilor de plată a serviciilor;
- ✓ comerciantul urmează procedurile stabilite de bancă, după care întocmește chitanța pentru tranzacția respectivă și o prezintă clientului pentru semnare;
- ✓ dacă valoarea tranzacției depășește limita de autorizare fixată de bancă, agentul de turism este obligat să verifice existența numărului cardului respectiv pe *stoplist*; în cazul în care cardul nu figurează pe *stoplist*, comerciantul va onora tranzacția; în cazul în care cardul respectiv figurează pe *stoplist*, comerciantul trebuie să încerce prin mijloace civilizate reținerea cardului, să ia legătura prin telefon cu cei în drept, pentru a cere o autorizare și să urmeze instrucțiunile preventive; limita de autorizare este valoarea maximă a unei tranzacții pentru care nu este necesar să se ceară emitentului autorizare pentru efectuarea tranzacției;
- ✓ dacă valoarea tranzacției depășește limita de autorizare fixată, comerciantul este obligat să ceară autorizarea tranzacției prin intermediul centrului de autorizare și procesare; sunt posibile două situații:
  1. în cazul în care răspunsul este afirmativ, comerciantul primește un cod de autorizare pe care îl înscrie pe chitanță și efectuează operațiunea;
  2. în cazul în care răspunsul este negativ, comerciantul respinge operațiunea și urmează instrucțiunile primite;
- ✓ după efectuarea tranzacției, comerciantul depune la bancă, la termenele stabilite, chitanțele de vânzare împreună cu un sumar centralizator;
- ✓ banca încasează contravaloarea chitanțelor, mai puțin comisionul și spezele reținute de emitentul cardului;
- ✓ banca plătește comerciantului contravaloarea chitanțelor, minus comisionul și spezele aferente.

Cardurile sunt emise de bănci și organizații diferite, dar au anumite **trăsături comune**:

- ✓ toate cardurile sunt confecționate din material plastic și au aceleași dimensiuni (86 x 54 mm);

- ✓ pe faţa fiecărui card sunt înscrise numele şi simbolul fiecărui emitent al cardului (o bancă sau o organizaţie);
- ✓ pe faţa cardului, în partea de jos, sunt ştanţate:
  a) numărul cardului;
  b) numele deţinătorului cardului;
  c) data expirării cardului;
  d) o hologramă tridimensională pe faţa cardului;
  e) o bandă magnetică în zona superioară, pe verso-ul cardului;
  f) o bandă cu semnătura deţinătorului cardului, poziţionată sub banda magnetică, pe spatele cardului.

Exemple de carduri:
- ✓ Visa Clasic – card destinat persoanelor fizice, care poate fi utilizat atât în ţara de emitere, cât şi în străinătate.
- ✓ Visa Business – card de debit destinat persoanelor juridice, ce poate fi utilizat de angajaţii firmelor care călătoresc în străinătate.

Cardurile sunt supuse unor **taxe**:
- ✓ taxa de emitere;
- ✓ taxa anuală de administrare a contului de card;
- ✓ taxa pentru regenerarea PIN-ului (cod personal de identificare);
- ✓ taxa pentru lichidarea contului de card;
- ✓ taxa pentru transfer din contul de card în alt cont.

Se percep, de asemenea, comisioane pentru achiziţionarea de bunuri, servicii sau pentru eliberarea de numerar.

8.3. Cecurile de călătorie

Plata serviciilor turistice prin cecuri de călătorie este agreată şi complet funcţională în deplasările turistice. Responsabilitatea celor care primesc cecuri fiind mare, atrage după sine respectarea regulilor şi dispoziţiilor generale şi speciale de plată.

Aceste **dispoziţii generale şi speciale** se referă la:
- ✓ semnarea cecului de către client în faţa primitorului;
- ✓ verificarea valabilităţii cecului;
- ✓ verificarea semnăturii, a numelui băncii şi a contului de pe cec, care trebuie să fie identic cu cel de pe *cartea-ec*;
- ✓ verificarea sumei maxime garantate, pentru a nu fi depăşită;
- ✓ verificarea numărul *cărţii-ec* indicat pe dosul cecului.

Notă: Dacă un client prezintă spre plată mai mult de două cecuri în acelaşi timp este necesară verificarea identităţii clientului.

Fig. 8.2. Filă de cec

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

9

Crearea imaginii în turism

9.1. Dialogul activ

S-a apreciat că un turist mulţumit, satisfăcut de locul de vacanţă, poate influenţa alţi cinci turişti potenţiali pentru a-şi petrece vacanţa în acelaşi loc, în timp ce un turist nemulţumit poate influenţa alţi zece turişti pentru a-şi consuma sejurul în alt spaţiu turistic.

De regulă, creşterea sau descreşterea circulaţiei turistice a fost pusă pe seama calităţii serviciilor prestate de structurile de cazare, masă, divertisment, mijloace de transport şi tot ce ţine de sfera componentelor de bază sau adiacente programului turistic. În privinţa calităţii serviciilor, s-au înregistrat mari salturi pe plan mondial în privinţa calităţii serviciilor, creându-se o ofertă care să răspundă tuturor exigenţelor.

Totuşi, putem considera – cu riscurile ce decurg din această apreciere – că nu calitatea serviciilor este determinantă în creşterea fluxurilor pe o anumită destinaţie, acestea fiind importante, dar nu definitorii. Se poate lesne observa că circulaţia turistică se orientează, cu preponderenţă, spre ţările cu un bogat patrimoniu cultural, religios, vestigii ale trecutului – altfel spus, cu un patrimoniu construit. Urmează apoi destinaţiile care dispun de un patrimoniu spiritual, cunoscut şi intrat în circuitul de valori universale ce ţine de domeniul artelor (literatură, muzică, arte plastice, legende, obiceiuri şi tradiţii etno-folclorice etc.). Apoi, deplasările turistice sunt influenţate în bună măsură şi de patrimoniul natural, acesta incluzând şi condiţiile de climă favorabile vacanţelor. În sfârşit, contează în opţiunea turistului calitatea serviciilor şi factorul uman care le asigură. Legat de acest aspect, personalul din turism – analizat sub toate aspectele corectitudinii, solicitudinii şi profesionalismului său – constituie o componentă importantă în formarea şi amplificarea unei imaginii pozitive pentru o destinaţie turistică.

Prin prestaţia sa, personalul operativ din turism devine pentru turişti exponentul trăsăturilor umane ale colectivităţilor din ţările vizitate.

Dacă ne referim la sfera distribuţiei produselor turistice, agentul de turism, prin poziţia sa de valorificator al ofertei destinate publicului, are la îndemână un

bagaj mai mic sau mai mare de informații, pe care-l utilizează în contactul direct, respectiv în dialogul activ cu clientela potențială.

Prin natura sa, dialogul activ se subordonează aceloraşi cerințe ca şi activitățile promoționale în ansamblul lor. Privit prin prisma informațiilor dirijate, mecanismul comunicării cu clientul potențial este subordonat cerințelor legate de stimularea vânzărilor.

Conținutul, formele şi modul de desfăşurare a dialogului cu clientul îi sunt impuse agentului de turism în funcție de caracteristicile personale ale clientului (nivel de cunoştințe, grad de informare, sex, vârstă, zonă de proveniență etc.). Cu alte cuvinte, agentul de turism este obligat prin natura profesiei sale să aibă un comportament adecvat: impecabil, nuanțat şi detaliat.

Organizarea unei ore de informare pentru turişti în spațiile de vânzare a prestațiilor suplimentare din staţiunile turistice poate fi benefică mai ales dacă sunt atrase şi alte persoane care să amplifice comunicarea şi informarea turistică.

Dialogul activ are deci menirea de a capta atenția turistului, de a creşte interesul față de produsele oferite şi de a determina, în faze succesive şi selective, decizia acestuia de a trece la acțiune, prin acceptarea şi cumpărarea produsului oferit.

9.2. Marketingul turistic interactiv

Parte integrantă a marketingului serviciilor, marketingul practicat de organizatorii de turism şi-a definit câteva caracteristici proprii, punând în centrul atenției clientul şi relațiile acestuia cu personalul implicat în activitățile de prezentare şi vânzare a produsului turistic.

La baza interacțiunii dintre personalul de contact şi client stă suportul psihologic al relației (de multe ori complicată datorită diversității comportamentale, nevoilor, preferințelor sau gusturilor turiştilor participanți la dialog).

Conform definiției emise şi acceptate, turist este orice persoană care se deplasează într-o țară, alta decât aceea în care-şi are locul de reşedință obişnuit, dar altul decât cel care corespunde mediului său înconjurător obişnuit, pentru cel puțin o noapte şi nu mai mult de un an şi al cărui motiv principal este altul decât acela de a exercita o activitate remunerată.

Deşi încărcată cu multe elemente, definiția are importanță în descrierea caracterului voiajului, a întocmirii ofertei şi în efectuarea operațiunilor de înregistrare statistică a circulației turistice.

În relația dintre personalul de contact (agent de turism, ghid etc.) şi turist pot apărea situații imprevizibile (defecțiuni ale mijloacelor de transport, şosele impracticabile, neregularități de zbor, condiții meteo grele, defecțiuni tehnice în unitățile hoteliere, bagaje pierdute, catastrofe declarate cazuri de forță majoră şi multe altele, aspecte care pot fi ameliorate prin calitățile umane şi profesionale ale lucrătorilor din turism.

Pornind de la ideea că orice călătorie are cota sa de aventură şi de neprevăzut, aplanarea situaţiilor neplăcute pot avea succes numai dacă, în prealabil, s-a reuşit stabilirea unei comunicări pozitive cu turistul. Se constată că grupurile formate din turişti înscrişi direct la un ghişeu oarecare sunt mai greu de condus decât grupurile de tip *incentive* sau cele formate din participanţi care se cunosc între ei prin relaţii profesionale, de prietenie sau de altă natură.

9.3. Instrumente pentru asigurarea informaţiei

Instrumentele necesare agentului de turism pentru transmiterea informaţiilor turistice sunt multiple. Dintre acestea se pot enumera:

- ✓ *ABC – Guide to International Travel*, care oferă informaţii despre paşapoarte, vize, diverse organizaţii, probleme monetare, magazine duty-free etc.;
- ✓ *Travel Information Manual (T.I.M.)*, publicaţie lunară care cuprinde: adresele companiilor aeriene; taxele de aeroport; certificatele de vaccinare solicitate; documentele necesare obţinerii vizei; continentele şi ariile geografice; valutele; formalităţile vamale ce trebuie îndeplinite; tipurile de paşaport; informaţii generale de sănătate;
- ✓ *ABC – Car Ferry Guide*, publicaţie anuală care asigură informaţii despre porturi, operatori de transport car ferry, destinaţii, servicii;
- ✓ *Ghidul liniilor regulate internaţionale de autocare*, publicaţie anuală a Uniunii Internaţionale a Transportatorilor Rutieri – I.R.U.;
- ✓ *Ghidul reţelei hoteliere naţionale*;
- ✓ *ABC – Worldwide Hotel Guide*;
- ✓ Publicaţii şi tipărituri ale organizatorilor de turism, care asigură informaţii referitoare la muzee, obiective turistice, agrement, spectacole, oferta turistică etc.;
- ✓ Hărţi turistice;
- ✓ Planurile diferitelor oraşe;
- ✓ Videocasete;
- ✓ Pliante, cataloage, fluturaşi.

9.3.1. Oficiul de turism

Studiu de caz: Informaţia turistică în Franţa

Prezentul studiu de caz referitor la organizarea şi atribuţiile oficiului de turism a fost realizat cu sprijinul acordat de domnul Jean-Louis Kerboull – consilier general al Cantonului Lannilis, Franţa şi primar al acestei localităţi şi prin bunăvoinţa domnului Hubert Le Cuff – preşedinte al Oficiului de Turism Lannilis.

În Franța, Oficiul de Turism a fost creat cu scopul informării turiștilor, fiind o structură organizatorică ce aparține unei asociații constituite în plan local (comunal), municipal, departamental și regional. În Franța, rețeaua oficiilor de turism întâmpină turiștii începând de la punctele de frontieră, din gări, porturi, aeroporturi, orașe sau alte localități care dispun de patrimoniu turistic.

Așadar, oficiul de turism este o structură apărută prin asocierea benevolă a tuturor celor interesați să facă parte din ea, un organism creat în scopul informării publicului cu date de ordin turistic, comercial, cultural, sportiv sau de altă natură.

În acest scop a fost creată și asociația Pays des Abers – Côte des Legendes (Ținutul estuarelor și mareelor – Coasta legendelor), care își desfășoară activitatea în zonele mai sus menționate din Bretania pe următoarele **planuri**:

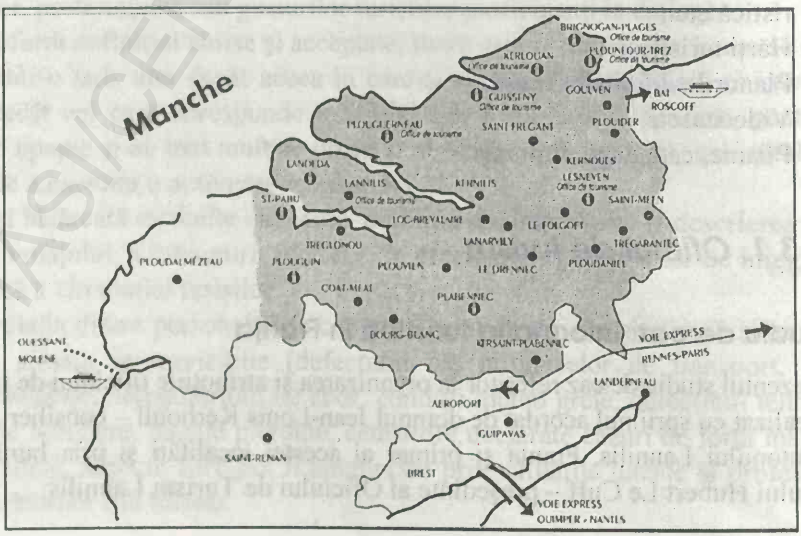
a) turism;
b) cultură;
c) agricultură;
d) întreprinderi;
e) mediu înconjurător.

Aria de cuprindere a asociației este formată din două **zone**:

- ✓ Ținutul estuarelor și mareelor, cu centrul în localitatea Lannilis, de unde este coordonată activitatea oficiilor de turism și a punctelor de informare turistică din 13 localități turistice (în timpul sezonului de vârf funcționează puncte de informare sezoniere în 3 din cele 13 localități);
- ✓ Coasta legendelor (zonă cu vestigii celtice), formată din 5 oficii de turism independente.

Activitatea tuturor oficiilor de turism ale asociației Pays des Abers – Côte des Legendes (fig. 9.1.) este coordonată de o comisie de turism.

Fig. 9.1. Harta oficiilor de turism din regiunea Manche



Rolul oficiului de turism

Activitatea de turism cuprinde patru **coordonate**:

1. Asigurarea informării directe a turiştilor;
2. Editarea materialelor de informare turistică (programe ale manifestărilor, afişe, pliante, fluturaşi);
3. Controlul reţelei de cazare turistică (hoteluri, moteluri, campinguri, *gite*-uri, spaţii închiriate şi alte structuri de primire turistică);
4. Organizarea animaţiei (festivaluri, evenimente, manifestări, excursii).

Din punct de vedere organizatoric, animaţia este atributul comitetului de animaţie, format din persoane voluntare, care se ocupă de pregătirea şi coordonarea manifestărilor şi activităţilor specifice.

Programul manifestărilor este întocmit pe zile, cu menţionarea orelor şi a localităţilor în care se desfăşoară. Fiecare program vizează o problematică anume.

A fost reţinut, în mod concret, cel desfăşurat în perioada 23 august – 30 septembrie şi promovat sub titlul *Le Vacancier 2002*, al cărui **conţinut** cuprinde:

- ✓ slujbe şi procesiuni religioase la biserica din Folgoët (fig. 9.2.);
- ✓ prezentări şi vânzări de păsări la salonul păsărilor exotice, vizită la o minifermă, expoziţie la clubul columbofil din Lannilis, participare la o expoziţii de artizanat etc.;
- ✓ stagiu pentru experimentarea şi degustarea produselor de bucătărie fabricate din alge marine, învăţarea unor reţete culinare;
- ✓ activităţi cultural-sportive (concerte, recitaluri, dansuri, muzee, expoziţii, concursuri, excursii).

Informarea şi promovarea activităţilor de loisir se face permanent, prin intermediul presei. Spre exemplu, unul dintre articole atenţionează turiştii asupra organizării gratuite a unei drumeţii cu ghid însoţitor pentru descoperirea obiectivelor turistice din zonă (formulă de altfel mereu prezentă în programul manifestărilor).

Astfel, turiştii sunt însoţiţi pentru a vizita statuia din Plouguin (localitatea îşi trage numele de la sfânta Gwen, soţia lui Fregan, un locuitor care, spre sfârşitul sec. VI, s-a stabilit aici împreună cu cei trei fii ai săi, doi băieţi şi o fată). Pentru a-şi hrăni copiii, Gwen avea o particularitate fizică neobişnuită (poseda trei sâni), legendă pe baza căreia sculptorul Philippe Meffroy a realizat o statuie reprezentând-o pe Gwen cu trei mamele.

Finanţarea oficiului de turism

Oficiile de turism sunt, de regulă, poziţionate în centrul localităţilor şi dispun de spaţii corespunzătoare, puse la dispoziţie de primării, în scopul creşterii circulaţiei turistice în zona respectivă.

Funcționalitatea oficiilor de turism este asigurată prin:

1. Subvenții, reprezentând aproximativ 80% din bugetul oficiilor de turism;
2. Cotizații, vânzări de suveniruri și obiecte de artizanat, hărți, albume, bilete de transport, bilete de spectacol etc.

Volumul subvențiilor municipale acordate oficiilor de turism este stabilit în raport cu importanța turistică a localității. Exemplificând, în cazul de față subvenția pentru localitatea Lannilis este de circa 2,75 EUR pe locuitor, dar – pentru localități cu mai mică importanță turistică – poate coborî și până la circa 0,30 EUR pe locuitor.

Cotizațiile sunt fixe și obligatorii pentru membrii fiecărei asociații (comercianți, artizani, proprietari de spații pentru cazare – hoteluri, campinguri, *bungalow*-uri, *gite*-uri).

Asociația Pays des Abers – Côte des Legendes are în componență aproape 300 de cotizanți. Consiliul de administrație este format din reprezentanți aleși din rândurile comercianților, proprietarilor de spații cazare, comitetelor de animație etc.

Menționăm că oficiile de turism sunt obligate să răspundă pozitiv și solicitărilor venite de la diverși agenți de turism necotizanți, referitor la informarea turiștilor sau a publicului asupra manifestărilor propuse spre promovare, eforturile tuturor având ca scop prosperitatea economică a zonei respective.

Tot din subvenții și cotizații, oficiile de turism strâng, la rândul lor, cotizația datorată Comitetului Regional de Turism (în cazul de față, C.R.T. Rennes) și Comitetului Departamental de Turism (în speță, C.D.T. Finistère).

Studiată în plan departamental, activitatea C.D.T. Finistère pe perioada unui an turistic s-a concretizat (în anul 2001) în 848 de **acțiuni și manifestări**, referitoare la:

- ✓ conferințe;
- ✓ expoziții (de pictură, sculptură, artă florală);
- ✓ saloane (auto, moto, de carte);
- ✓ festivaluri (de teatru, muzică, film);
- ✓ carnavaluri;
- ✓ activități sportive (diverse competiții, raliuri, curse);
- ✓ sărbători religioase;
- ✓ activități cu caracter gastronomic;
- ✓ excursii în natură;
- ✓ simpozioane, reuniuni, întâlniri.

De exemplu, în cadrul Festivalului Leon (fig. 9.3.), s-au putut urmări:

- ✓ parada costumelor bretone (provenite din vechiul port celtic) din Landerneau;
- ✓ muzica și dansurile bretone;
- ✓ serbările mării;
- ✓ spectacol de sunet și lumină, la realizarea căruia au participat peste 100 de artiști.

Fig. 9.2. Basilica din Folgoët

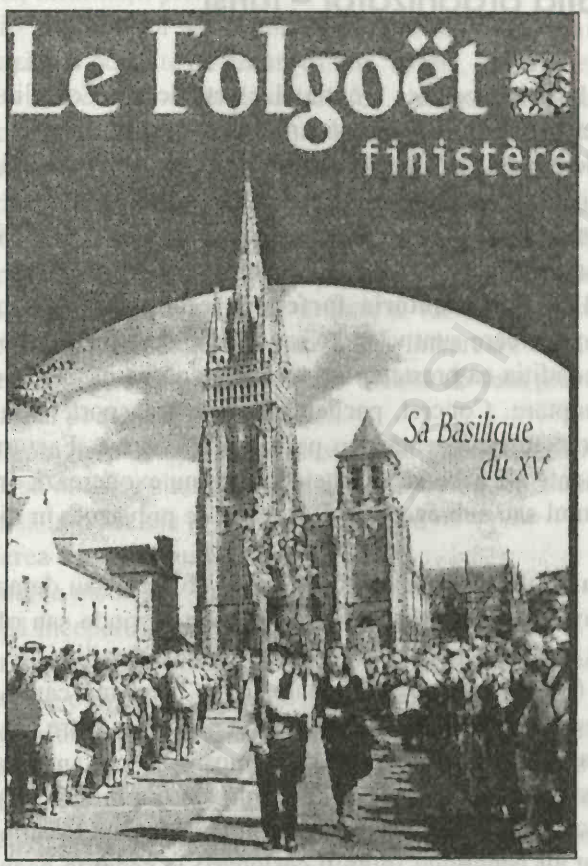


Fig. 9.3. Imagine de la Festivalul Leon

BCU IASI

9.4. Relația organizator – turist

Pentru mai buna cunoaștere a cerințelor actuale ale Consiliului Comunității Europene în materie de turism, considerăm necesară trecerea în revistă a noțiunilor definite de acesta prin Directiva din 13 iunie 1990 privind călătoriile, vacanțele și circuitele turistice.

Din conținutul acestor directive selectăm următoarele categorii sau **noțiuni** de ordin profesional:

1. **Pachetul forfait (călătoria forfetară)** este combinația prealabilă a cel puțin două elemente care sunt vândute sau oferite spre distribuție la un preț care le include, cu condiția ca prestația turistică să depășească 24 de ore, cuprinzând cel puțin o înnoptare. Concret, pachetul include transport, cazare și, eventual, alte servicii turistice reprezentând o parte semnificativă. Facturarea separată a diferitelor elemente ale aceluiași pachet (forfait) nu exonerează organizatorul sau detailistul (agentul sau sub-agentul) de obligațiile prevăzute în directiva mai sus menționată.

2. **Organizatorul** este persoana care are în obiectul său de activitate organizarea călătoriilor turistice (a pachetelor), pe care le vinde sau oferă spre distribuție direct sau prin intermediari (agenți, sub-agenți, detailiști).

3. **Agentul** (detailistul sau sub-agentul) este persoana care vinde sau oferă spre distribuție călătoriile forfetare stabilite ca pachet de către organizator.

4. **Consumatorul** este persoana care cumpără sau se angajează să cumpere călătoria (contractantul principal), fie pentru sine (ca beneficiar), fie pentru a-l ceda altora (ca cesionar). Tot consumatori sunt și persoanele cărora contractantul principal sau un alt beneficiar (numiți cesionari) le cedează pachetul de servicii turistice.

5. **Contractul** este acordul care leagă consumatorul de organizator sau de detailist (agent sau sub-agent).

Printre **cerințele** privind relația tour-operator (agent) – turist, transmise de Comunitatea Europeană țărilor membre, trebuie menționate următoarele:

a) Dacă organizatorul pune la dispoziția consumatorului o broșură, aceasta trebuie să indice, într-o manieră lizibilă, clară și precisă, informații precum:
   - prețul;
   - destinația, mijloacele, caracteristicile și categoriile de transport utilizate;
   - modul de cazare, descrierea, categoria și nivelul de confort și clasificare;
   - masa pusă la dispoziție;
   - informații de ordin general privind condițiile aplicabile fiecărei țări în materie de pașapoarte, viză și formalități medicale necesare călătoriei și sejurului;
   - data limită de acceptare a renunțării la călătorie.

b) Agentul de turism trebuie să transmită către consumator, în scris sau prin alte forme, informații privind:
   - orarele mijloacelor de transport, escalele, conexiunile, locurile ce urmează a fi ocupate de turist (cabina, cuşeta, vagonul etc.);
   - numele, adresa şi numerele de telefon ale reprezentanței locale a organizatorului şi ale organismelor locale, cu scopul de a ajuta consumatorul de servicii în cazul apariției unor dificultăți.

c) În situația în care consumatorul nu participă la călătorie, el poate ceda rezervarea sa altei persoane, după ce a anunțat, în prealabil, organizatorul.

d) Este impusă menținerea prețurilor stabilite inițial, în afara situațiilor în care sunt prevăzute revizuiri ca urmare a variațiilor costurilor transporturilor, carburanților, taxelor de aterizare, îmbarcare-debarcare, a ratei de schimb etc. În orice caz, cu 20 de zile înainte de data plecării, tariful fixat inițial nu mai poate fi supus majorării.

e) Dacă, înainte de plecare, organizatorul este constrâns să modifice tariful, el trebuie să notifice situația, cât mai rapid posibil, consumatorului, pentru ca acesta să ia o decizie privind:
   - rezilierea contractului fără penalizări;
   - acceptarea modificărilor de tarif.

f) Dacă după începerea călătoriei unele servicii prevăzute în contract nu mai pot fi furnizate, organizatorul trebuie să ofere alte aranjamente similare. În caz contrar, e obligat să plătească daune consumatorului.

g) Referitor la daunele provenite din neexecutarea serviciilor către consumator, statele membre în Consiliu trebuie să ia măsurile necesare pentru ca organizatorul sau agentul de turism să poată fi făcut responsabil față de turist.

h) Toate deficiențele constatate de turist cu privire la îndeplinirea obligațiilor contractuale trebuie aduse la cunoştință de acesta, pe loc sau într-o anume perioadă de timp convenită, organizatorului de turism sau agentului, termen ce trebuie precizat în contractul dintre consumator şi agent.

i) În cazul reclamațiilor constatate ca fiind justificate, organizatorul, agentul, sub-agentul sau reprezentantul local trebuie să facă formalitățile necesare pentru rambursarea sumelor încasate şi pentru repatrierea turistului.

9.4.1. Contractul dintre turist şi operatorul de turism

Exemplu practic: Condiții de vânzare, prevăzute în contractul dintre organizator şi turist

I. Condițiile generale de vânzare în Franța:

Acestea sunt stabilite prin decretul nr. 94 din 15 iunie 1994, emis pentru aplicarea art. 31 al Legii nr. 92–645 din 13 iulie 1992 (în care sunt prevăzute condițiile de exercitare a activităților de vânzare a voiajelor sau sejururilor).

Astfel, la art. 98. din decretul amintit se prevăd următoarele (extras): contractul ce se încheie între vânzător şi cumpărător trebuie emis în două exemplare, câte unul pentru fiecare parte. Contractul trebuie să conțină următoarele clauze:

1) Numele şi adresa vânzătorului, a garantului său şi a asiguratorului său, precum şi numele şi adresa organizatorului;
2) Destinația sau destinațiile voiajului şi, în caz de sejur, fracționarea diferitelor perioade, precum şi datelor lor de începere;
3) Mijloacele, caracteristicile şi categoriile de transport utilizate, datele, orele şi locurile de plecare şi de înapoiere;
4) Modalitatea de cazare, localizarea acesteia, nivelul de confort şi principalele caracteristici (din punctul de vedere al clasificării turistice, conform reglementărilor);
5) Numărul meselor incluse;
6) Itinerarul (în cazul în care este vorba de un circuit);
7) Vizitele, excursiile sau alte servicii incluse în tariful voiajului sau al sejurului;
8) Tariful total al prestațiilor facturate, precum şi indicația eventualelor modificări;
9) Precizarea anumitor servicii supuse unor taxe (de aterizare, de debarcare în porturi şi aeroporturi, alte taxe de sejur), dacă acestea nu sunt incluse în tariful prestațiilor oferite;
10) Calendarul şi modalitățile de plată; în toate cazurile, ultima rată plătită de cumpărător nu poate fi inferioară unui procent de 30% din tariful voiajului sau al sejurului;
11) Condițiile cerute în mod particular de către cumpărător şi acceptate de către vânzător;
12) Calea prin care cumpărătorul poate sesiza vânzătorul (reclamație pentru neexecutarea sau executarea necorespunzătoare a contractului), aceasta însemnând o scrisoare recomandată foarte detaliată;
13) Data limită de anunțare a cumpărătorului în caz de anulare a voiajului sau sejurului din inițiativa vânzătorului (pentru situația în care efectuarea voiajului sau a sejurului depinde de un număr minim de participanți);
14) Condițiile de anulare a contractului;
15) Condițiile de anulare prevăzute în unele articole ale decretului mai sus menționat;
16) Precizări privind acoperirea riscurilor de călătorie şi suma garantată prin contractul de asigurare;
17) Prevederi referitoare la asigurare: consecințele în cazul anulării contractului din inițiativa cumpărătorului, numărul poliței şi numele asiguratorului, asistența medicală oferită, cheltuielile de repatriere în caz de accident sau boală; vânzătorul trebuie să emită cumpărătorului un document în care să precizeze care sunt riscurile acoperite, precum şi riscurile neincluse;

18) Data limită de informare a cumpărătorului în caz de cesionare a contractului de către vânzător altui operator;
19) Angajamentul de transmitere, în scris, cumpărătorului, cu cel puțin zece zile înainte de data plecării, a următoarelor informații:
   a) Numele, adresa și numărul de telefon de la reprezentanța locală a vânzătorului sau de la instituțiile capabile să ajute consumatorul pe plan local în caz de dificultate pe durata sejurului sau numărul de apel pentru contact de urgență cu vânzătorul;
   b) Pentru voiajele și sejururile minerilor în străinătate, se precizează un număr de telefon și o adresă care să permită un contact cu responsabilul local al sejurului.

II. Condițiile particulare ale vânzării, prevăzute de tour-operatorul Accor Tour pentru Coralia Club (extras referitor la raporturile juridice cu turiștii):

Bagajele

Conform regulilor internaționale, greutatea bagajelor autorizate pentru un pasager este limitată după cum urmează:

- ✓ pe liniile regulate, fiecare călător are dreptul să transporte 23 de kg fără a plăti taxe, cu excepția anumitor zboruri interne operate cu aeronave mici la care scutirea de taxe este valabilă pentru maximum 15 kg;
- ✓ pentru zborurile speciale, scutirea de taxe se aplică pentru maximum 15 kg transportate de fiecare pasager.

Excedentul de bagaje este taxat conform unor tarife aplicabile pasagerilor individuali. Toate bagajele rătăcite sau deteriorate sunt, în mod obligatoriu, în responsabilitatea companiei transportatoare.

Cazarea

Conform regulilor de operare în practica internațională, camerele sunt puse la dispoziția clientului cu începere de la ora 12.00 și trebuie eliberate în ziua plecării la aceeași oră. Această regulă se aplică, cu excepții locale, oricare ar fi orele de sosire și de plecare a clienților.

Precizări referitoare la structura cazării în hotel:

- ✓ camera dublă: tarifele Accor Tour se referă la doi adulți care ocupă respectiva cameră;
- ✓ cameră indivizibilă: o persoană care călătorește singură este cazată în cameră individuală și trebuie, obligatoriu, să achite suplimentul indicat în tabelul prețurilor.

Hotelul Accor Tour își rezervă dreptul, din rațiuni tehnice, în cazuri de forță majoră sau în alte situații care se vor notifica turiștilor, de a înlocui hotelul prevăzut în broșură cu un altul de aceeași categorie.

Masa

- În regim de pensiune completă, începe cu cina primei nopți și se termină cu micul dejun ce urmează ultimei nopți de cazare;
- În regim de demipensiune, conține micul dejun și o altă masă pe zi – fie dejunul, fie cina (la alegere). Aceste mese pot fi oferite și în cursul unui zbor, în cadrul unei excursii într-un restaurant local, pe parcursul unui picnic sau în cadrul unei escale într-un *hotel d'etape*.

Eventualele modificări cerute de client

Modificarea elementelor contractului: în măsura în care este posibil, Accor Tour va încerca să satisfacă cererile de modificare a condițiilor contractuale făcute de client, cel mai târziu, cu o lună înainte de data publicării acestora în broșura firmei.

Cesiunea contractului: turistul care cedează contractul înainte de plecare trebuie obligatoriu să informeze Accor Tour despre această cesiune, cel mai târziu cu șapte zile înainte de data plecării, printr-o scrisoare recomandată în care să precizeze numele și adresa cesionarului și să asigure operatorul că acesta îndeplinește toate condițiile pentru a efectua voiajul.

Modificările intervenite după plecare: călătoriile întrerupte sau neefectuate din vina clientului nu obligă operatorul la rambursarea cheltuielilor către client.

Tariful călătoriei nu poate fi în nici un caz rambursat atunci când participantul nu se prezintă la orele și locurile menționate în programul voiajului sau în cazul neprezentării documentelor de călătorie (pașaport, viză, certificat de vaccinare etc.), el aflându-se în imposibilitatea de a pleca la data indicată.

În cazul zborurilor de tip charter sau al zborurilor regulate cu tarif negociat specific locurile rezervate rămân achitate, iar contravaloarea lor nu poate fi rambursată turistului.

Diversele formalități administrative și sanitare necesare voiajului (pașaport, viză, vaccin etc.) indicate de tour-operator pentru fiecare țară în parte se adresează numai persoanelor de naționalitate franceză ce-și au reședința pe teritoriul național. Acestea sunt susceptibile modificărilor între data apariției broșurii și data plecării. Clientul trebuie să ceară informații de la autoritățile competente în legătură cu formalitățile specifice aplicabile.

Reclamațiile trebuie să fie formulate imediat (în cursul călătoriei) și prezentate corespondenților locali sau reprezentanților aflați în serviciul tour-operatorului, în 24 de ore de la data producerii lor, în scopul de a fi remediate în cel mai scurt timp posibil. Dacă problema n-a putut fi rezolvată pe plan local, turiștii se pot adresa direct agenției de voiaj printr-o scrisoare, expediată în maximum 15 zile de la data finalizării sejurului. Nerespectarea acestui termen ar putea afecta calitatea cercetării reclamației.

9.5. Meseriile operative în turism

9.5.1. Ghidul de turism

Persoana care acompaniază un grup de turişti pe durata sejururilor turistice, a vacanţelor, circuitelor, croazierelor, excursiilor sau tururilor de oraş este cunoscută sub numele de **ghid de turism.**

În raport cu atribuţiile pe care le are faţă de turişti, un ghid se poate încadra într-una din următoarele două **categorii:**

- ✓ ghid însoţitor pe toată durata călătoriei (în cazul turismului itinerant), persoană care acţionează în numele tour-operatorului sau al agentului de turism, având atribuţii de lider, manager sau director de călătorie;
- ✓ ghid de sejur, persoană care reprezintă interesele tour-operatorului şi ale turiştilor în staţiuni sau localităţi, pe toată durata unui sejur;
- ✓ ghid local, persoană angajată a unor muzee, parcuri sau a altor instituţii cu statut de obiective turistice incluse în patrimoniul turistic, desfăşurându-şi activitatea numai în localităţile vizitate.

De regulă, ghidul local însoţeşte grupul de turişti pentru câteva ore sau cel mult o zi. El poate însoţi şi persoane individuale sosite în scopuri turistice sau de afaceri. Ghizii locali pot fi utilizaţi, de asemenea, şi pentru efectuarea transferurilor de la aeroport sau gară până la hotel sau staţiune turistică. În cazul în care ghidul local se află la dispoziţia turiştilor pe toată durata unui sejur, asigurând asistenţă turistică, el se numeşte ghid de sejur.

Atribuţiile concrete ale ghidului de turism se stabilesc de către organizatorul acţiunilor turistice (tour-operator sau agenţie de turism), sarcinile ghidului diferind în funcţie de categoria pentru care posedă atestat şi de specificul acţiunii turistice care urmează a se derula.

Ghidul are următoarele **responsabilităţi:**

- ✓ să preia de la agentul de turism organizator dosarul acţiunii (delegaţia, ştampila, programul acţiunii, mijloacele de plată) şi instrucţiunile de lucru (referitoare la derularea programului);
- ✓ să verifice dacă au fost lansate comenzile de cazare, masă, transport sau alte servicii şi să ia măsuri în consecinţă;
- ✓ să controleze dacă sunt rezervate spaţiile de cazare şi de servire a mesei;
- ✓ să verifice starea de curăţenie a autocarului şi funcţionarea staţiei de amplificare;
- ✓ să preia de la organizatori materialele publicitare (pliante, broşuri, fluturaşi etc.) referitoare la localităţile şi obiectivele de interes turistic prevăzute în program, pe care să le pună apoi la dispoziţia turiştilor;

- ✓ să asigure îmbarcarea turiștilor și a bagajelor acestora în mijlocul de transport;
- ✓ să comunice, la începerea acțiunii, programul ce urmează a fi efectuat, prezentând succint traseul și alte informații;
- ✓ să verifice dacă turiștii nu au uitat obiecte personale în mijlocul de transport;
- ✓ să asigure, în mod operativ, în baza diagramei, cazarea și transportul bagajelor în camere;
- ✓ să asigure, prin recepția unității de cazare, trezirea turiștilor atunci când programul impune aceasta;
- ✓ să asigure desfășurarea tuturor acțiunilor înscrise în program;
- ✓ să informeze turiștii asupra prestațiilor suplimentare de care aceștia pot beneficia;
- ✓ să atenționeze turiștii asupra obligației pe care o au cu privire la ocrotirea monumentelor naturii, a tuturor obiectivelor turistice, la evitarea degradării și a poluării naturii și la păstrarea patrimoniului;
- ✓ să dispună pregătirea unor meniuri corespunzătoare preferințelor turiștilor, verificând ca în perioada sejurului, inclusiv în cazul excursiilor în alte localități, să nu se repete meniul, iar turiștilor bolnavi să li se asigure regimul alimentar adecvat;
- ✓ să fie prezent la luarea mesei de către turiști, urmărind servirea corespunzătoare a meniurilor prevăzute;
- ✓ să intervină cu operativitate pentru a fi asigurată asistența medicală de specialitate în cazul îmbolnăvirii unor turiști;
- ✓ să fie cazat în aceeași unitate în care este cazat grupul de turiști pe care îl însoțește; în cazul acțiunilor de sejur, numele său și numărul camerei trebuie să fie afișate vizibil la recepția hotelului;
- ✓ să se intereseze, pe timpul derulării programului turistic, dacă turiștii sunt mulțumiți de serviciile primite, intervenind în cazul eventualelor sesizări și reclamații ale acestora;
- ✓ să se asigure că plecarea turiștilor se face în condiții optime;
- ✓ să întocmească decontul acțiunii la încheierea sejurului;
- ✓ să întocmească raportul privitor la modul în care s-a derulat programul.

9.5.2. Agentul de turism

Agentul de turism este persoana care valorifică produsul turistic.

Atribuțiile agentului de turism sunt sintetizate în fișa postului, întocmită de compartimentele de specialitate ale organizatorului de turism. Această fișă poate cuprinde responsabilități conform modelului prezentat în cele ce urmează.

Atribuţiile agentului de turism:

- ✓ asigură informaţiile solicitate de turişti;
- ✓ asigură publicitatea şi reclama produsului turistic în punctul de desfăşurare a activităţii, expune şi difuzează materiale;
- ✓ sondează preferinţele turiştilor şi face propuneri pentru îmbunătăţirea şi diversificarea programelor turistice;
- ✓ rezolvă operativ solicitările turiştilor;
- ✓ oferă şi valorifică programele turistice conform reglementărilor şi instrucţiunilor primite;
- ✓ întocmeşte programe turistice, precum şi analize de preţ conform solicitărilor turiştilor;
- ✓ întocmeşte formalităţile pentru organizarea şi asigurarea serviciilor turistice (comandă, telex, fax);
- ✓ ridică şi gestionează avansuri pentru asigurarea serviciilor turistice efectuate de prestatori;
- ✓ încasează contravaloarea acţiunilor sau serviciilor turistice valorificate;
- ✓ răspunde de depunerea zilnică a sumelor încasate din acţiunile şi serviciile turistice prestate sau vândute, de corecta întocmire a tuturor documentelor de decontare şi de predarea lor la termenele stabilite;
- ✓ efectuează operaţiuni de restituire către turişti a sumelor încasate în cazurile în care aceştia nu mai participă la acţiuni sau nu mai beneficiază de unele servicii turistice plătite anticipat;
- ✓ întocmeşte documentele privind activitatea zilnică, gestiunea, încasările, plăţile etc.;
- ✓ păstrează şi manipulează valorile pe care le are în primire, în conformitate cu Regulamentul de organizare şi funcţionare interioară;
- ✓ gestionează documentele cu regim special şi materialele primite spre vânzare;
- ✓ primeşte de la compartimentele de resort notele de serviciu pentru turiştii individuali ce urmează a sosi cu *voucher*-e;
- ✓ preia de la turişti documentele de călătorie, le verifică, le completează şi le înapoiază acestora;
- ✓ obţine confirmarea spaţiilor de cazare de la prestatori;
- ✓ răspunde conform prevederilor legale de inventarul încredinţat în gestiune.

9.5.3. Monitorul de turism (animatorul)

Monitorii sunt instructori care asigură iniţierea turiştilor în practicarea anumitor activităţi pe durata sejurului turistic. Ei sunt persoane calificate în diferite activităţi sportive, culturale, artizanale sau de agrement (schi, tenis, ciclism, tir, echitaţie, aeromodelism, planorism, dansuri, bricolaj etc.).

Din punct de vedere al tipului de activități pe care le prestează, monitorii pot fi incluși în categoria animatorilor.

În cazul tour-operatorilor care organizează programe de aventură, expediții de vânătoare, ascensiuni montane, excursii de-a lungul râurilor și alte asemenea activități, ghizii instructori trebuie să fie strict specializați pentru activitățile respective, fiindu-le necesare în acest sens documente de atestare a calificării.

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

10

Statistici în turism

Înregistrarea datelor privind rezultatele obținute în sfera activității de turism și a prestărilor de servicii specifice este una din practicile curente ale factorilor responsabili din turism, începând de la nivel local, continuând în plan departamental, regional și ajungând până la nivel macroeconomic.

Statisticile înregistrate în domeniul turistic permit obținerea unei viziuni de ansamblu asupra acestei activități, acestea devenind în timp instrumente concrete de lucru în realizarea diferitelor analize întocmite de compartimentele de specialitate ale structurilor operative din instituțiile publice sau institutele specializate.

Înregistrarea statistică a rezultatelor obținute în industria turistică permite factorilor decizionali să stabilească politici și strategii adecvate privind dezvoltarea turistică zonală în plan investițional și în sfera serviciilor specifice, în scopul creșterii circulației turistice.

Pentru a ilustra modul în care sunt puse în practică statisticile din turism este prezentat în cele ce urmează un studiu de caz, realizat în Franța la nivel departamental.

10.1. Studiu de caz: Departamentul Finistère – Franța

O viziune de ansamblu asupra circulației turistice este dificil de făcut fără crearea și implementarea sistemului de culegere a **cifrelor-cheie**, care fac obiectul statisticilor întocmite în plan local, regional sau central.

Pentru a concepe programe și a dispune măsuri corespunzătoare de politică în domeniul turismului, Departamentul de Turism Finistère realizează anual situații statistice privind rezultatele obținute (frecvența sosirilor și a plecărilor pe anumite destinații, diagrame referitoare la fluxurile de turiști și la ocuparea structurilor de cazare).

Datele necesare sunt culese și prelucrate prin celula Finistère a BETF Marchand, institutie specializată în întocmirea de anchete prin așa-numita **metodă a fluxurilor**, al cărei sistem permite obținerea zilnică a datelor referitoare la numărul turiștilor vizitatori înregistrați în departament și întocmirea situației anuale a

înnoptărilor turistice de la 1 ianuarie la 31 decembrie, comparativ cu cea a anului precedent.

Datele obținute permit crearea unei viziuni globale asupra circulației turistice – fluxurile de turiști înregistrați în toate structurile de cazare, fie că e vorba de structuri comerciale (hoteluri, moteluri, campinguri, *bungalow*-uri, *gite*-uri turistice etc.), fie că se referă la structuri necomerciale (locuințe secundare sau ale rudelor, prietenilor etc.).

Analiza lunară a fluxurilor de turiști este, în același timp, utilă pentru aprecierea impactului evenimentelor socio-economice majore asupra turismului. De asemenea, ea relevă efectul modificării calendarului școlar și al manifestărilor anuale și acțiunilor de animație incluse în programele de acest gen. În această privință, compararea curbelor înregistrate în anul respectiv cu de cele ale anului anterior este elocventă pentru a măsura creșterile sau descreșterile fluxurilor pe zone de interes turistic (un exemplu în acest sens este zona maritimă Brest).

10.1.1. Metoda „Flux"

Ipotezele și modalitățile de calcul ale acestei metode au fost concepute și experimentate în anul 1980, metoda devenind după aceea operațională și larg utilizată în plan departamental și regional.

În Finistère, metoda înregistrarii frecvențelor turistice a fost experimentată pentru prima dată în 1993, la inițiativa Direcției Departamentale a Echipamentului (DDE). Din 1996, realizarea acestei anchete se efectuează în cadrul unei convenții de parteneriat regrupând DDE, Comitetul Departamental al Turismului, Camerele de Comerț și Industrie, precum și Consiliul General Finistère – care s-a alăturat convenției în anul 2002.

În paralel, în 1996, Observatorul Regional al Turismului din Bretania a pus în funcțiune aceeași metodă, în scopul obținerii datelor referitoare la circulația turistică extraregională din Bretania.

De la 1 ianuarie 2000, datorită interesului de a armoniza treptat rezultatele statistice la nivel național, alte trei departamente bretone au decis să folosească utilizarea acestei metode.

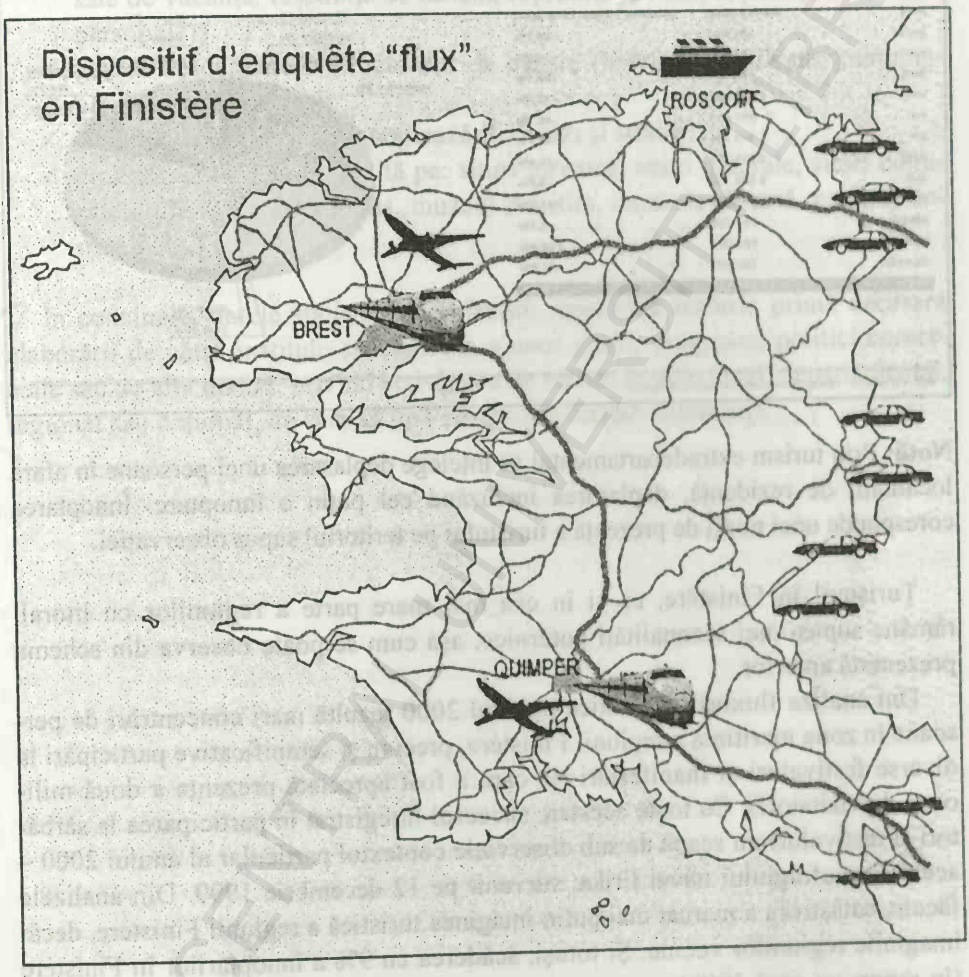
În Finistère, recensamântul populației turistice se sprijină pe un dispozitiv exhaustiv de sesizare a mișcărilor făcute de vehicule și de persoane în limitele teritoriale ale departamentului.

Această înregistrare a mișcărilor se aplică tuturor mijloacelor de transport (auto, feroviar, aerian și naval) în 14 puncte de intrare-ieșire ale departamentului respectiv (fig. 10.1.), după cum urmează:

- ✓ 9 puncte de acces rutier, situate pe drumuri naționale (N12, N164, N165) și pe drumuri departamentale (D64, D786, D787, D769, D15, D224);
- ✓ 2 puncte de acces aerian (aeroportul din Brest și aeroportul din Quimper);

- ✓ 2 puncte de acces feroviar (gara din Brest şi gara din Quimper);
- ✓ 1 punct de acces naval (gara maritimă din Roscoff).

Fig. 10.1. Puncte de intrare-ieşire din Departamentul Finistère



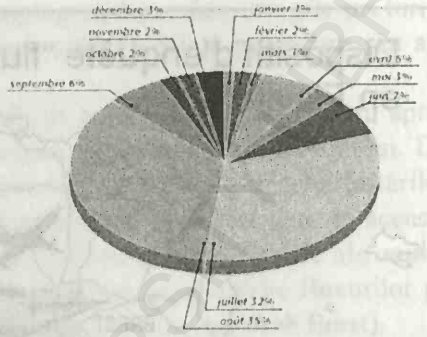
Colectarea tuturor informaţiilor asupra traficului zilnic este necesară pentru evaluarea fluxurilor turistice. Aceste date care servesc drept suport metodei fluxurilor fac parte dintr-un sistem de analiză mai complex, integrând şi alţi indicatori statistici, metoda rămânând însă proprietatea intelectuală a Biroului de Studii Marchand.

Datele – fiind contabilizate zilnic – permit efectuarea unor analize foarte variate, precum repartizarea lunară a înnoptărilor, identificarea punctelor frecventate lunar de turişti, mijloacele de transport cel mai frecvent folosite etc.

Un exemplu relevant este redat în fig. 10.2.

Fig. 10.2. Tabloul şi schema înnoptărilor pentru anul 2000, în Departamentul Finistère

mois	nuitées 2000	évolution nuitées 1999-2000
janvier	193 022	-28,5%
février	537 565	-19,8%
mars	345 951	-54,4%
avril	1 643 653	-15,7%
mai	989 099	-46,7%
juin	1 970 516	-15,1%
juillet	8 875 779	+15,8%
août	9 674 150	-9,6%
septembre	1 545 018	-43,5%
octobre	554 708	-5,3%
novembre	543 006	+68,8%
décembre	726 085	+11,9%
année 2000	27 598 552	-9,4%



Sources : Méthode des flux - Bureau d'études techniques F. Marchand - Propriété des données : Direction Départementale de l'Equipement du Finistère - Chambres de Commerce et d'Industrie de Brest, Morlaix et Quimper - Comité Départemental du Tourisme du Finistère

Notă: Prin turism extradepartamental se înțelege deplasarea unei persoane în afara localității de rezidență, deplasarea incluzând cel puțin o înnoptare. Înnoptarea corespunde unei nopți de prezență a turistului pe teritoriul supus observației.

Turismul în Finistère, ca şi în cea mai mare parte a regiunilor cu litoral, rămâne supus unei sezonalități puternice, aşa cum se poate observa din schema prezentată anterior.

Din analiza fluxurilor turistice pe anul 2000 rezultă mari concentrări de persoane în zona maritimă a regiunii Finistère, precum şi semnificative participări la diverse festivaluri şi manifestări (la care a fost apreciată prezența a două milioane de vizitatori). Cu toate acestea, succesul înregistrat în participarea la sărbători şi festivaluri nu scapă de sub observație contextul particular al anului 2000 – acela al naufragiului navei Erika, survenit pe 12 decembrie 1999. Din analizele făcute, catastrofa a marcat mai puțin imaginea turistică a regiunii Finistère, decât imaginile regiunilor vecine. Şi totuşi, scăderea cu 9% a înnoptărilor în Finistère (în raport cu anul 1999) a reprezentat – în esență – o consecință a mediatizării acestei catastrofe.

Iată, deci, cum analiza datelor statistice scoate în evidență influența factorilor conjuncturali (ca, în cazul de față, *mareea neagră*), asupra economiei turismului din zonă şi permite luarea măsurilor de perspectivă față de aceste fenomene, de care trebuie să se țină cont atât pe termen scurt, cât şi pe termen lung.

Departamentul de Turism Finistère realizeaza anchete prin intermediul a diferite instituții (Cordon Bretagne, Direcția de Turism, INSEE Bretagne, Rețeaua Morgoat, Modul Hotelier, Comitetul Departamental de Turism Finistère).

Situațiile rezultate se referă la:

- ✓ activitățile practice întreprinse pe perioada sejururilor turistice (excursii, vizite, plajă, odihnă, manifestări sportive etc.);
- ✓ tipurile de cazare (închirieri de locuințe, camping, *gite*-uri rurale, hoteluri, sate de vacanță, reședințe de turism, reședințe la rude, reședințe secundare personale);
- ✓ gradul de ocupare a structurilor de cazare (hoteluri clasificate, camping-uri, *gite*-uri turistice);
- ✓ originea turiștilor care înnoptează (francezi și străini);
- ✓ circulația turistică împărțită pe: situri turistice, situri naturale, situri culturale și de loisir (Acropolis, muzeul maritim, muzeele de artă, castele, domenii etc.).

În concluzie, datele statistice înregistrate reprezintă materia primă necesară elaborării de către institute specializate a unor studii, prognoze, politici comerciale sau de altă natură, privind activitatea de turism în plan local, departamental, regional sau național, de care să țină seama toți factorii interesați.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Terminologie specifică

- ✓ *1, 2, 3 ... 7* – zile de operare din cursul săptămânii (luni, marți, etc.);
- ✓ *acțiunea turistică* – totalitatea serviciilor turistice incluse într-un program turistic delimitat în timp și spațiu;
- ✓ *advance payment* – plata în avans;
- ✓ *allotment* – capacitate de transport atribuită de un organizator de voiaje unui revânzător detailist;
- ✓ *arrival (ARR)* – sosirea mijloacelor de transport;
- ✓ *assistance* – asistență primită în punctele de frontieră pentru îndeplinirea formalităților vamale;
- ✓ *assistance insurance* – asistență financiară, medicală și juridică, primită în urma încheierii unei asigurări;
- ✓ *bermuda plan* – serviciu turistic format din cameră și mic dejun, uzitat în S.U.A.;
- ✓ *C.U.C.* – coeficientul de utilizare a unui mijloc de transport, exprimat procentual și calculat ca raport între numărul de locuri ocupate și capacitatea totală a mijlocului de transport;
- ✓ *cancel insurance* – asigurare care acoperă cheltuielile de anulare a unui voiaj;
- ✓ *cancellation* – anularea rezervării;
- ✓ *capacity* – numărul maximal de pasageri care pot fi transportați;
- ✓ *charter* – avion închiriat la cerere;
- ✓ *city tour* – circuit pentru cunoașterea unei localități;
- ✓ *connecting rooms* – camere cu acces între ele;
- ✓ *continental breakfast* – mic dejun continental, însemnând servicii de masă cu următorul conținut: suc, pâine prăjită, corn și ceai, lapte sau cafea;
- ✓ *departure (DEP)* – plecarea mijloacelor de transport;
- ✓ *dinner* – masă de seară (masă principală);
- ✓ *double room* – cameră cu pat dublu, pentru două persoane;
- ✓ *duplex* – două apartamente, cu legătură între ele;
- ✓ *english breakfast* – mic dejun englezesc, însemnând servicii de masă cu următorul conținut: cereale, șuncă, ouă, pâine prăjită, gem și ceai sau cafea;
- ✓ *european plan (EP)* – serviciu turistic format numai din cazare;
- ✓ *excursion* – călătorie cu durata maximă de 24h;
- ✓ *full credit* – credit nelimitat;
- ✓ *full pension / american plan (AP) / full board* – serviciu turistic format din cazare și trei mese pe zi (mic dejun, dejun și cină);
- ✓ *guarantee deposit* – depozit de garanție;

- ✓ *guide interpreter* – persoană care însoțește grupul și prezintă obiectivele vizitate;
- ✓ *guided tour* – circuit turistic cu ghid;
- ✓ *guided visit* – vizită cu ghid oficial;
- ✓ *half pension / modified american plan (MAP) / half board* – serviciu turistic care include cazare, mic dejun și cină sau cazare, mic dejun și dejun;
- ✓ *high season* – sezon de vârf, componentă a sezonului turistic caracterizată printr-o circulație turistică maximă;
- ✓ *international flights* – curse aeriene externe;
- ✓ *low season* – extrasezon, componentă a sejurului turistic caracterizată printr-o circulație turistică redusă;
- ✓ *lunch* – masă de prânz (masă principală);
- ✓ *night* – noapte petrecută într-o structură de primire turistică;
- ✓ *O.K.* – confirmarea rezervării;
- ✓ *option* – rezervare provizorie;
- ✓ *package / forfait* – ansamblu de prestații (transport, cazare etc.) propuse la un tarif fix de către un organizator de voiaje, pentru o durată determinată;
- ✓ *passenger / pnr / pax* – utilizator al unui mijloc de transport;
- ✓ *pax* – turist, pasager (unitate de vânzare sau rezervare hotelieră sau turistică);
- ✓ *quotation* – devizul detaliat al serviciilor prestate către turist;
- ✓ *R.Q.* – confirmarea nu este încă posibilă (rezervarea este în așteptare);
- ✓ *reconfirmation* – reconfirmarea rezervării (necesitate apărută în situații de întrerupere a călătoriei pentru o perioadă mai mare de 72h);
- ✓ *reservation* – rezervarea locurilor;
- ✓ *reservation fee* – taxă de rezervare, însemnând suma plătită de turist pentru acest serviciu;
- ✓ *rooming list* – lista ce conține numărul camerei alocate fiecărui turist;
- ✓ *round trip* – traseu ce permite plecarea dintr-un punct de origine spre un punct de destinație și revenirea în același punct de origine;
- ✓ *sejur* – durata de consum a acțiunii turistice, într-un anumit punct turistic;
- ✓ *serviciu turistic* – element constitutiv al produsului turistic (cazare, masă, transport, tratament medical etc.)
- ✓ *single* – cameră pentru o persoană;
- ✓ *stopover* – întreruperea călătoriei;
- ✓ *suite* – apartament format dintr-o cameră de zi și unul sau mai multe dormitoare;
- ✓ *swedish breakfast* – mic dejun suedez, format din bufet rece și cald, fără limită de consum;
- ✓ *time table* – orarul de decolare / aterizare a aeronavelor;
- ✓ *tour-operator* – creatorul călătoriilor forfetare în scopul comercializării directe sau prin intermediari;
- ✓ *transfer* – deplasări între aeroport, gară sau autogară și hotel;
- ✓ *travel agency* – organism comercial, autorizat prin reglementările în vigoare să comercializeze prestații de călătorie, sejururi și *loisir*-uri;

- ✓ *travel agent* – titular al unei licenţe de agenţie de voiaj, al cărei personal este autorizat să vândă servicii de transport aerian în contul transportatorului;
- ✓ *twin* – cameră cu două paturi single pentru două persoane;
- ✓ *twin double* – cameră cu două paturi duble pentru două, trei sau patru persoane;
- ✓ *week-day* – zi lucrătoare a săptămânii;
- ✓ *week-end* – sfârşit de săptămână;
- ✓ *welcome cocktail* – cocteil de bun venit, dat la sosirea turiştilor într-un hotel sau staţiune turistică, la care se oferă băuturi şi gustări.

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Bibliografie

1. Gwenda Syratt, *Manual of Travel Agency Practice*, Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford, 1992
2. Constantin Draica, *Ghid practic de turism internațional și intern*, Editura ALL BECK, București, 1999
3. François Vellas, *Le tourisme mondial*, Ed. Economica, Paris, 1996
4. Pierre Py, *Le tourisme – Un phenomène économique*, La documentation française, Paris, 1996
5. Pascal Cambournac, *Dictionnaire du Transport Aèrien*, ITA, Paris, 1993
6. Yves Tinard, *Le tourisme – Economie et management*, Ed. Economica, Paris, 1992
7. Joël Raboteur, *Introduction à L'Economie du Tourisme*, L'Harmattan, Paris, 2000
8. François Vellas, *Le Tourisme*, Ed. Economica, Paris, 1992
9. P. Pasqualin, B. Jacquot, *Turismes*, Ed. Bordas, Paris, 1991

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Sommaire

Avant-propos XI

1. Le producteur de l'offre touristique 1
1.1. Considérations générales 1
1.2. Description 2
1.3. Le voyage forfetaire 3
1.3.1. Le contenu du voyage forfetaire 3
1.4. Le catalogue du voyagiste 4
1.4.1. Le catalogue du voyagiste Club Mediteranée (Club Med) 5
1.4.2. Les voyagistes spécialisés 8
1.5. Les perspectives de l'offre touristique internationale 9
2. L'agence de voyages – le vendeur de l'offre touristique 11
2.1. Description 11
2.1.1. Ticketing 12
2.1.2. L'agent de comptoir 13
2.1.3. Les systémes globales de distribution 13
3. Le transport touristique 17
3.1. Le transport automobile 17
3.1.1. Les voitures 17
3.1.1.1. Les combinaisons 17
3.1.1.2. La franchise rent-a-car 18
3.1.2. Les autocars 23
3.1.2.1. Le transport touristique 23
3.1.2.2. Les tarifs 23
3.1.2.3. Le transport automobile régulier 24
3.2. Le transport féroviaire 35
3.2.1. Facilités de voyage dans le trafic féroviaire international 36
3.2.1.1. Le systéme Rail (IR) 36
3.2.1.2. Le systéme Euro Domino (ED) 43
3.2.1.3. Le systéme Balkan Flexipass (BF) 47
3.2.1.4. Le systéme Rail Plus (RP) 48
3.2.2. Les trains de grande vitesse en Europe (TGV) 48
3.2.2.1. La calculation des tarifs pour les trains de grande vitesse 51
3.3. Le transport naval 54
3.3.1. Les croisières 55
3.3.2. Terminologie spécifique en ce qui concerne les navires 56
3.3.2.1. Les caractéristiques techniques du navire 56
3.3.2.2. Les dotations pour passagers 56
3.3.3. Le fret 57

BCU LIBRARY

3.3.4. La fixation du tarif de vente 57
3.4. Le transport aérien 60
3.4.1. Les courses aériennes régulières 60
3.4.1.1. Les combinaisons touristiques dans les courses régulières 62
3.4.2. Les vols affrétés 64
3.4.3. Catégories d'opérations spécifiques au transport aérien 66
4. Les services d'hébergement et restauration 69
4.1. L'hébergement 69
4.1.1. La franchise dans l'industrie hôtelière 70
4.1.2. Règles dans la pratique internationale entre le hôtel et l'agent de tourisme 71
4.1.3. L'hébergement dans les demeures privés 72
4.2. La table 77
4.2.1. Le marché de la restauration 78
4.2.2. La franchise dans le service de table 79
5. L'animation dans le tourisme 81
5.1. Le loisir 81
5.2. L'animation 81
5.2.1. Les vacances actives et thématiques 83
5.2.2. Types de vacances actives 83
6. L'assurance 89
6.1. Présentation 89
6.2. L'assurance médicale 89
6.3. La carte verte 90
7. Les étapes de la réalisation du programme touristique 93
7.1. La conception et assemblage des élements constitutifs du programme 93
7.2. Les programmes touristiques thématiques 97
7.2.1. Le tourisme industriel 97
7.2.2. Le tourisme à la campagne 99
7.2.3. Actions touristiques de chasse et de pêche sportive 100
7.2.4. Le tourisme religieux 101
7.2.5. Le tourisme éthique 102
7.2.6. Le tourisme social 102
7.2.7. Le tourisme spatial 102
7.2.8. Les conbinainsons „de stimulation" 102
7.2.9. Le tourisme „d'événement" 103
7.2.10. Les spectacles et les sports 103
8. Moyens, instruments et modalités de payement des services 111
8.1. Le numéraire 111
8.1.1. La monnaye unique européenne (EUR) 111
8.1.2. La monnaye américaine (USD) 113
8.2. Les cartes 113
8.3. Les chèques de voyage 115
9. La création de l'image dans le tourisme 117
9.1. Le dialogue actif 118

9.2. Le marketing touristique interactif 119
9.3. Les instruments nécessaires pour l'assurance de l'information 119
9.3.1. L'office du tourisme 119
9.4. La relation organisateur – touriste 124
9.4.1. Le contrat entre le touriste et l'opérateur du tourisme 125
9.5. Les métiers operatifs opérationnels en tourisme 129
9.5.1. Le guide 129
9.5.2. L'agent de tourisme 130
9.5.3. L'instructeur de tourisme (l'animateur) 131
10. Statistiques dans le tourisme 133
10.1. Etude de cas: le département Finistère – France 133
10.1.1. La méthode „Fluxe" 134

Terminologie spécifique 139

Bibliographie 143

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

3.4. Le transport aérien 60
3.4.1. Les [illegible] 60
3.4.1.1. Les combinaisons touristiques dans les [illegible] 62
3.4.2. Les vols affrétés 64
3.4.3. Catégories d'opérations spécifiques 66
4. Les services d'hébergement et restauration 69
4.1. L'hébergement 69
4.1.1. La franchise dans l'industrie hôtelière 70
4.1.2. Règles dans la pratique internationale [illegible] l'agent de tourisme 72
4.1.3. L'hébergement dans les [illegible] 72
4.2. La table 77
4.2.1. Le marché de la restauration 78
4.2.2. La franchise dans le service de table 79
5. L'animation dans le tourisme 81
5.1. Le loisir 81
5.2. L'animation 81
5.2.1. Les vacances actives et thématiques 83
5.2.2. Types de vacances actives 83
6. L'assurance 89
6.1. Présentation 89
6.2. L'assurance médicale 89
6.3. La carte verte 90
7. Les étapes de la réalisation du programme touristique 93
7.1. La conception et assemblage des éléments constitutifs du programme 93
7.2. Les programmes touristiques thématiques 97
7.2.1. Le tourisme industriel 97
7.2.2. Le tourisme à la campagne 99
7.2.3. Actions touristiques de chasse et de pêche sportive 100
7.2.4. Le tourisme religieux 101
7.2.5. Le tourisme éthique 102
7.2.6. Le tourisme social 102
7.2.7. Le tourisme spatial 102
7.2.8. Les combinaisons „de stimulation" 102
7.2.9. Le tourisme „d'événement" 103
7.2.10. Les spectacles et les sports 103
8. Moyens, instruments et modalités de payement des services 111
8.1. Le numéraire 111
8.1.1. La monnaye unique européenne (EUR) 111
8.1.2. La monnaye américaine (USD) 113
8.2. Les cartes 113
8.3. Les chèques de voyage 115
9. La création de l'image dans le tourisme 117
9.1. Le dialogue actif 118

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Contents

Introduction XIII

1. The tour-operator (TO) – the producer of the tourism offer **1**
1.1. General notions 1
1.2. The presentation of the tour-operator 2
1.3. The global travelling 3
1.3.1. The content of the global travelling 3
1.4. The catalogue of the tour-operator 4
1.4.1. The catalogue of the Club Mediteranée (Club Med) 5
1.4.2. Specialised tour-operators 8
1.5. The perspectives of the international tourism offer 9
2. The tourism agency – sale company for the tourism offer **11**
2.1. Presentation 11
2.1.1. Ticketing 12
2.1.2. The sales force 13
2.1.3. Global systems for distribution (GSD) 13
3. Tourism transport **17**
3.1. Auto transport 17
3.1.1. The cars 17
3.1.1.1. Tourism arrangements 17
3.1.1.2. Rent-a-car franchising 18
3.1.2. The coaches 23
3.1.2.1. Tourism transport 23
3.1.2.2. The price list 23
3.1.2.3. Regular auto transport 24
3.2. Railway transport 35
3.2.1. Travelling facilities in international railway traffic 36
3.2.1.1. Inter Rail system (IR) 36
3.2.1.2. Euro Domino system (ED) 43
3.2.1.3. Balkan Flexipass system (BF) 47
3.2.1.4. Rail Plus system (RP) 48
3.2.2. The european high-speed trains (TGV) 48
3.2.2.1. Price list calculation for high-speed trains 51
3.3. Naval transport 54
3.3.1. The cruises 55
3.3.2. Specific terminology about ships 56
3.3.2.1. Technical characteristics of a ship 56
3.3.2.1. Endowments for passengers 56
3.3.3. The lading 57

BCU "MIHAIL KOGĂLNICEANU" LIBRARY

3.3.4. Price list calculation 57
3.4. Air transport 60
3.4.1. Regular flights 60
3.4.1.1. Tourism arrangements on regular flights 62
3.4.2. Charter flights 64
3.4.3. Specific operational categories in air transport 66
4. Accommodation and meal 69
4.1. The accommodation 69
4.1.1. The franchise in hotel industry 70
4.1.2. Rules in operational practice, between hotel and tourism agent 71
4.1.3. Accommodation in guest house 72
4.2. The meal 77
4.2.1. The meal market 78
4.2.2. The franchise in meal services field 79
5. Entertainment 81
5.1. Leisure 81
5.2. Entertainment 81
5.2.1. Active and thematic holidays 83
5.2.2. The typology of the active holidays 83
6. Insurance 89
6.1. Presentation 89
6.2. Medical insurance 89
6.3. Green Card insurance 90
7. Steps in tourism program conceiving 93
7.1. Conceiving and assembling of constituent elements 93
7.2. Thematic tourism programs 97
7.2.1. Industrial tourism 97
7.2.2. Rural tourism 99
7.2.3. Tourism activities in hunting and sportive fishing 100
7.2.4. Religious tourism 101
7.2.5. Ethical tourism 102
7.2.6. Social tourism 102
7.2.7. Spatial tourism 102
7.2.8. Incentive arrangements 102
7.2.9. Tourism of events 103
7.2.10. Shows and sportive events 103
8. Means, tools and modalities for services payment 111
8.1. The cash 111
8.1.1. The european currency – EUR 111
8.1.2. The american currency – USD 113
8.2. The cards 113
8.3. Travelling cheques 115
9. Image creating in tourism 117
9.1. The active dialogue 117

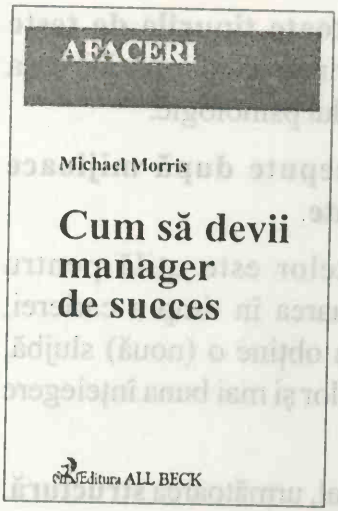
9.2. Interactive marketing....118
9.3. Tools for information dissemination....119
9.3.1. The tourism office....119
9.4. Relationship between organiser and tourist....124
9.4.1. The agreement between tourist and tourism operator....125
9.5. Operative professions in tourism....129
9.5.1. The tourism guide....129
9.5.2. The tourism agent....130
9.5.3. The tourism monitor....131
10. Statistics in tourism....133
10.1. Case study: Finistère Department – France....133
10.1.1. The „flux" method....134

Specific terminology....139

Bibliography....143

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY



Cartea abordează **toate tipurile de probleme cu care se pot confrunta managerii** şi conţine numeroase **exemple practice**, preluate de la firme britanice.

În cuprins: Mediul de lucru, moralitatea, şeful şefului; Managerul începător în raport cu ceilalţi angajaţi; Supravieţuirea celui mai puternic; Principiile managementului; Marketingul; Managementul producţiei; Finanţele şi contabilitatea; Resursele umane; Autodezvoltarea.

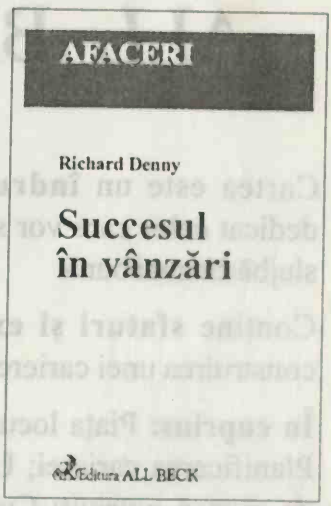
preţ: 159.000 lei
294 pagini

carte nouă
ALL BECK

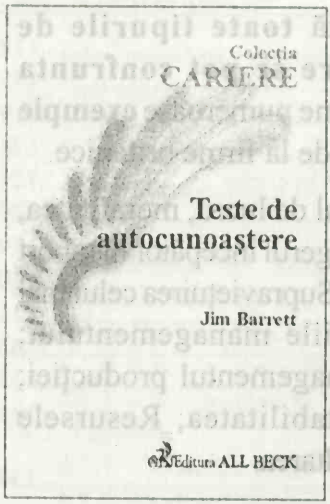
...nimic nu se întâmplă nicăieri în lume, fără să aibă loc şi o vânzare...

Lucrarea este un **adevărat manual pentru agenţii de vânzări**, cu exemple captivante şi reguli logice de urmat.

În cuprins: Vânzarea de perspectivă; Planul de acţiune; Ingredientele vitale; Alocarea timpului; Potenţialii clienţi şi gestionarea lor; Etapele vânzării; Întâlnirile de afaceri, scrisorile şi telefoanele; Regulile vânzării profesioniste; Prezentarea eficientă; Principiile profesionalismului; Încheierea vânzării; Serviciile postvânzare; Negocierea - obiective, reguli şi tactici utilizate; Limbajul trupului.



în curs de apariţie la Editura ALL BECK



preț: 139.000 lei
288 pagini

Lucrarea include **toate tipurile de teste** utilizate pe piață, oferind cititorului posibilitatea de a-și construi profilul psihologic.

Testele sunt **concepute după mijloace psihologice atestate**.

Completarea testelor este utilă pentru alegerea și reevaluarea în timp a carierei, pregătirea pentru a obține o (nouă) slujbă, descoperirea atuurilor și mai buna înțelegere a celorlalți.

Testele au, în general, următoarea **structură**: mod de rezolvare, testul în sine, punctajele și interpretarea rezultatelor, apoi comentarii comparative.

În cuprins: Introducere; Partea I: Aptitudinile; Partea a II-a: Personalitatea; Partea a III-a: Motivația.

carte nouă
ALL BECK

Cartea este un **îndrumar practic**, dedicat celor care vor să-și găsească o slujbă cât mai bună.

Conține **sfaturi și exemple** pentru construirea unei cariere ascendente.

În cuprins: Piața locurilor de muncă; Planificarea carierei; Unde cauți locul de muncă potrivit; Cum să candidezi pentru un post; Metode de evaluare a candidaților; La noul serviciu.

preț: 109.000 lei
192 pagini

B.C.U. „M. EMINESCU" IAȘI

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Hotel Orizont, Predeal

Temele cuprinse în paginile acestei lucrări au fost întocmite cu scopul de a contribui – şi prin acest demers – la formarea specialistului în turism, începând cu asimilarea unor noţiuni şi categorii profesionale necesare în activitatea practică a lucrătorului din agenţiile tour-operatoare şi de vânzare a produsului turistic şi continuând cu tehnicile şi modalităţile de elaborare şi distribuţie a ofertei destinate publicului.

Pentru a conferi un conţinut pragmatic lucrării, au fost introduse în structura cărţii elemente tehnico-aplicative aparţinând practicii actuale a tour-operatorilor, agenţilor de turism şi prestatorilor de servicii turistice, îmbinând latura descriptivă a lucrării cu exemple practice şi studii de caz rezultate din documentarea realizată în ţară şi străinătate asupra fenomenului turistic contemporan.

Conţinutul cărţii, în ansamblul său, este realizat pe ideea tehnicilor utilizate în relaţia directă de operare dintre tour-operator (agent de turism) şi prestatorii de servicii (transport, cazare, asigurarea mesei, agrement etc.).

ISBN 973-655-267-5
9789736 552670

CU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY